



Institut za
javne financije

Istraživački projekt

**GOSPODARSKI I FISKALNI UČINCI
AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI I DRŽAVNE
POTPORE**

Zagreb, travanj 2013.

© Institut za javne financije, Zagreb, 2013.

Naručitelj projekta: Hrvatski audiovizualni centar
Nova Ves 18, Zagreb

Izvršitelj projekta: INSTITUT ZA JAVNE FINACIJE
Smičiklasova 21, Zagreb
tel. 01/4886-444
fax 01/4819-365
e-mail: ured@ijf.hr
<http://www.ijf.hr>

Voditelj projekta: prof. dr. sc. Anto Bajo, Institut za javne financije

Istraživači: prof. dr. sc. Anto Bajo
Irena Klemenčić, mag. iur.
Marko Primorac, univ. spec. oec.
dipl. ing. Petar Sopek

SADRŽAJ

SAŽETAK	III
1. UVOD.....	1
2. FINANCIRANJE AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI.....	3
3. DRŽAVNE POTPORE AUDIOVIZUALNOJ DJELATNOSTI	9
3.1. Potpore audiovizualnoj djelatnosti u Europi	9
3.2. Financiranje i državne potpore audiovizualnoj djelatnosti u Hrvatskoj.....	14
3.3. Zakonodavstvo EU o državnim potporama audiovizualnoj djelatnosti	26
4. GOSPODARSKI UČINCI AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI.....	31
5. STRUKTURA I POSLOVANJE AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI U RH.....	43
5.1. Obuhvat	43
5.2. Struktura i trendovi.....	44
5.3. Financijski pokazatelji	51
6. OCJENA GOSPODARSKIH I FISKALNIH UČINAKA AUDIOVIZUALNIH DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	57
6.1. Gospodarski i fiskalni učinci.....	57
6.2. Direktan utjecaj na zaposlenost i bruto domaći proizvod	60
6.3. Direktni fiskalni učinci.....	61
6.4. Procjena ukupnih učinaka.....	64
6.5. Analiza ukupnih učinaka po projektima iz 2012.....	66
7. ZAKLJUČAK.....	69
7.1. Državne potpore audiovizualnoj djelatnosti u Hrvatskoj i usklađenost s potporama u EU.....	69
7.2. Gospodarski učinci audiovizualne djelatnosti u Europskoj uniji	70
7.3. Poslovanja poduzeća iz audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj.....	70
7.4. Pokazatelji poslovanja audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj, Europi i svijetu	71
7.5. Gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti.....	71
7.6. Gospodarski i fiskalni učinci četiri audiovizualna djela u 2012.....	72
8. LITERATURA	75
9. POJMOVNIK	79
10. PRILOZI	81
11. POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA	99

SAŽETAK

Glavni je cilj projekta ocijeniti ekonomske (doprinos bruto domaćem proizvodu i zaposlenosti) i fiskalne učinke (utjecaj na prihode proračuna) audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj (tvrtki za proizvodnju i distribuciju filmova, videofilmova i televizijskog programa) i usporediti s visinom dobivenih državnih potpora djelatnosti.

Državne potpore audiovizualnoj djelatnosti

- Hrvatska su pravila o državnim potporama audiovizualnoj (AV) djelatnosti u skladu s pravilima EU Cinema Communication.
- Tekst dokumenta Cinema Communication prenesen je u hrvatsko zakonodavstvo Odlukom Vlade RH, a i ostali su propisi (Zakon i Pravilnik) usklađeni s europskim zakonodavstvom te posebice pravilima o državnim potporama. To je Rješenjem potvrdila i Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, odobravajući državnu potporu u obliku subvencije u ukupnom iznosu od 40 milijuna kuna za 2012. i 2013. godinu.

Financijski i poslovni položaj audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj

- U Hrvatskoj se djelatnostima vezanim uz filmove, video filmove i televizijski program bavi nešto manje od 500 poduzeća koja ostvaruju oko 100 milijuna eura prometa, a zapošljavaju nešto više od tisuću zaposlenika.
- Hrvatski audiovizualni sektor je prema pokazateljima dodane vrijednosti, prividne proizvodnosti rada i operativne bruto profitne stope uspješniji od većih audiovizualnih sektora novih, ali i starih zemalja članica EU.
- Prema operativnoj bruto profitnoj stopi Hrvatska je u usporedbi s članicama EU 2010. zauzimala osmo mjesto (iza Italije, Njemačke, Francuske, Nizozemske, Mađarske, Rumunjske i Latvije).
- Trendovi kretanja prometa ukazuju na nešto bolji položaj poduzeća iz audiovizualne industrije u odnosu na ostala uslužna poduzeća u Hrvatskoj.
- Najveći dio poduzeća unutar djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u Hrvatskoj bavi se proizvodnjom (prosječno 77% od 2007. do 2011.). Ta su poduzeća u promatranom razdoblju zapošljavala 52% djelatnika unutar te djelatnosti.
- Od 2007. do 2011. ukupna imovina poduzeća iz AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u Hrvatskoj značajno nadilazi obveze. U strukturi imovine u 2011. rastu investicije te postrojenja i opreme, ali se i smanjuje vrijednost nepokretne imovine (zemljišta i nekretnina).
- Od 2007. do 2011. poduzeća iz AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u prosjeku ostvaruju pozitivan financijski rezultat.
- Ukupni prihodi tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova zabilježili su blagi pad, a dobit prije oporezivanja se smanjuje u 2008., a nakon toga bilježi rast. Tako je u 2011. u odnosu na 2007. zabilježen rast dobiti prije oporezivanja od čak 24,7%.
- Rast dobiti preslikao se i na pokazatelje profitabilnosti ukupne AV djelatnosti pa je bruto marža profita porasla s 14% u 2007. na 18% u 2011., odnosno neto marža s 12% u 2007. na 16% u 2011.
- Likvidnost AV sektora je prilično slaba, posebice u 2011.
- Pokazatelji zaduženost poduzeća iz AV djelatnosti također su slabi jer između 60 i 70% ukupne imovine financiraju tuđim (posuđenim) sredstvima.
- Hrvatski AV sektor je u europskim i svjetskim okvirima učinkovit i profitabilan, ali nelikvidan i zadužen.

Gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u Hrvatskoj

- Procijenjena direktna dodana vrijednost djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova iznosi 188 milijuna kuna.
- Usporedbom direktnih učinaka (prosječno 188,3 milijuna HRK godišnje) i godišnjeg iznosa potpora audiovizualnoj djelatnosti koje iznose 20 milijuna HRK, lako je zaključiti da su državne potpore relativno male u odnosu na koristi koje potencijalno generira postojanje te djelatnosti.
- AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa u Državni proračun uplati prosječno godišnje oko 103 milijuna HRK, od čega je polovica (54 milijuna HRK) PDV.
- Maksimalan godišnji iznos državnih potpora audiovizualnoj industriji relativno je mali u odnosu na fiskalne koristi koje generira postojanje te industrije u obliku uplata poreza na dodanu vrijednost, poreza na dobit i poreza na dohodak u državni i proračune lokalnih jedinica vlasti.
- U AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa zaposleno je prosječno 1.042 osobe te potpomaže zapošljavanje dodatnih 1.042-2.083 osoba u lancima proizvodnje ili zbog povećane potrošnje iz ostvarenih dohodaka u audiovizualnoj industriji.
- Direktna prosječna godišnja dodana vrijednost (doprinos bruto domaćem proizvodu) djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa je 188 milijuna kuna, a ukupna je dodana vrijednost između 377 i 565 milijuna kuna. Direktni fiskalni prosječni godišnji učinci su 103 milijuna, a ukupni između 205 i 308 milijuna kuna.

Gospodarski i fiskalni učinci projekata financirani državnim poticajima posredstvom Hrvatskog audiovizualnog centra

- Ukupni troškovi četiri projekata iznose 18,8 mil. HRK. Ukupan udio troškova po uplaćenim porezima i doprinosima iznosi 14,6% ukupnih troškova proizvodnje.
- 75,4% ukupnog iznosa isplaćenih poticaja za proizvodnju audiovizualnih djela vrati se u proračun kroz uplaćene poreze i doprinose.
- Isplaćenom kunom poticaja proizvodnji audiovizualnih djela u 2012. u Državni proračun vratilo se 1,5-2,3 kuna, odnosno između 50,8% i 126,1% više od isplaćenih sredstava poticaja.
- Na svakih 100 osoba zaposlenih u audiovizualnoj industriji, dolazi još otprilike 200-300 drugih zaposlenih u industrijama koje se nalaze u lancu opskrbe ili pak zbog povećane potrošnje nastale zaposlenošću u audiovizualnoj industriji.
- Na svakih 100 novčanih jedinica ukupnog outputa/dodane vrijednosti u audiovizualnoj industriji postoji još 200-300 novčanih jedinica outputa/dodane vrijednosti u drugim industrijama zbog direktne ili inducirane povezanosti s audiovizualnom industrijom.

1. UVOD

Glavni je cilj projekta ocijeniti ekonomske (doprinos bruto domaćem proizvodu i zaposlenosti) i fiskalne učinke (utjecaj na prihode proračuna) audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj (tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa) i usporediti s visinom dobivenih državnih potpora djelatnosti.

U svrhu provedbe glavnog cilja projekt je strukturiran u šest dijelova. Nakon uvodnog (u kojem se obrazlažu ciljevi, metode rada i pruža kratak pregled sadržaja), u drugom se dijelu analizira sustav poslovanja i financiranja audiovizualne djelatnosti u odabranim zemljama Europe i svijeta.

U trećem se dijelu analizira institucionalni okvir, vrste, visina i struktura državnih potpora u zemljama EU. U tom se dijelu na temelju nalaza iz primarnih i sekundarnih publikacija analizira visina, struktura te gospodarski i fiskalni učinci potpora audiovizualnoj djelatnosti.

U četvrtom dijelu uspoređuju se glavni gospodarski pokazatelji audiovizualne djelatnosti u starim (EU 15) i novim zemljama članicama EU (EU-12). Na temelju dostupnih podataka nastoji se utvrditi i položaj audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj u europskom prostoru.

U petom dijelu rada pruža se pregled audiovizualne djelatnosti u Republici Hrvatskoj s naglaskom na djelatnosti usmjerene na filmove i filmsku industriju. U tom dijelu analiziraju se odabrani financijski i pokazatelji poslovanja pravnih osoba u filmskoj industriji Hrvatske.

U šestom dijelu rada ocjenjuju se gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti u filmskoj industriji i uspoređuje s visinom dodijeljenih državnih potpora toj djelatnosti u Hrvatskoj.

Sedmi dio čine zaključci i preporuke rada.

Izvori podataka za analize su: European Audiovisual Observatory, Media Salles, Eurostat, OECD, UNESCO, Hrvatski audiovizualni centar, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, Ministarstvo financija RH, Državni zavod za statistiku, Financijska agencija.

Projekt je obavljen u nekoliko ključnih faza: (i) strukturiranje procesa procjene, (ii) prikupljanje podataka, (iii) analiza podataka (iv) donošenje zaključaka i preporuka o gospodarskim i fiskalnim učincima audiovizualne djelatnosti i usporedba s visinom državnih potpora. U kvantifikaciji učinaka audiovizualne djelatnosti i usporedbi s državnim potporama korištene su standardne matematičke, statističke i ekonometrijske metode i alati, kao i odgovarajuća metodologija primijenjena u suvremenoj literaturi i praksi audiovizualne djelatnosti.

2. FINANCIRANJE AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI

Trošak izrade međunarodnih filmova i projekata, primjerice u Hollywoodu i na vodećim komercijalnim televizijama, manji je od prihoda koje taj projekt donosi. Iako svaki projekt ne donosi zaradu, na godišnjoj su razini troškovi poslovnih subjekata manji od prihoda. Opisani model vrijedi samo za manji dio svjetske proizvodnje – u većini slučajeva troškovi izrade veći su od prihoda projekta. Filmovi, dokumentarni filmovi, animacije, kratki filmovi i programi za javno prikazivanje subvencioniraju se iz javnih izvora, reklamiranjem, investicijama ili besplatnim angažmanom filmskih radnika. Takav model prevladava u Europi i državama južnog Mediterana (Beath, 2012).

Izrada filmskog ili audiovizualnog projekta obuhvaća troškove istraživanja i razvoja, trošak produkcije (predprodukcije¹, produkcije² i postprodukcije³), marketinga i distribucije te prihode od prikazivanja u kinima, prodaje i iznajmljivanja DVD-a, plaćenih TV programa itd.

Postoji više izvora financiranja filmskog ili audiovizualnog projekta. Najčešće se koriste subvencije, porezni poticaji, koprodukcije, televizijsko financiranje nezavisnih producenata, predprodaja, reklame, privatne investicije, masovni izvori, nagrade i darovnice. U nastavku ćemo reći nešto više o pojedinim izvorima financiranja filmova i audiovizualnih projekata.

Subvencije

Nacionalni fondovi su javna ili neovisna tijela s dijelom državnih izvora financiranja ili vladine agencije čiji je zadatak financiranje filmskog ili audiovizualnog sektora. Financiranje se temelji na smjernicama. U tim smjernicama navode se uvjeti za projekte prikladne za financiranje. Na temelju utvrđenih uvjeta podnose se prijave s određenim sadržajem, proračunom i planom za predstavljanje tog djela publici. Prijedloge ocjenjuju stručnjaci, a najuspješnije prijave dobivaju sredstva (ugovorom se određuje iznos, dinamika isplate i ostali uvjeti). Iz nacionalnih fondova financira se između 25 i 100% proračuna filma i audiovizualnih projekata (Beath, 2012).

Regionalni i lokalni fondovi su javna ili neovisna tijela (ili agencije) s dijelom državnih izvora financiranja. Njihov je zadatak financiranje filmskog i audiovizualnog sektora na geografski ograničenom prostoru. Fondove financiraju regionalne ili lokalne vlasti, često uz uvjet da investirana sredstva rezultiraju rashodima na tom području koji su 1,5 puta veći od uložених sredstava - *učinak multiplikatora* (Beath, 2012).

Nadnacionalni fondovi su javna ili neovisna tijela s dijelom državnih izvora financiranja čija je dužnost financiranje filmskog i audiovizualnog sektora u nekoliko država s ciljem povećanja produkcije, koprodukcije i distribucije u regiji. U prijedlozima za financiranje potrebno je navesti proračun i plan predstavljanja djela nacionalnoj i međunarodnoj

¹ Predprodukcija obuhvaća djelatnosti redatelja, glumačke ekipe, scenografa, producenta i njihovih pomoćnika prije početka snimanja.

² Produkcija obuhvaća djelatnosti tijekom snimanja filma, uključujući rad tehničke ekipe i sporednih glumaca. Troškovi produkcije odnose se na trošak tehničke opreme i usluga.

³ Postprodukcija se odnosi na djelatnosti uređivanja, glazbe, zvuka i efekata, koji se dovršavaju nakon završetka snimanja filma.

publici, a najčešće se prijavljuju izvršni producenti. Sve prijave ocjenjuju stručnjaci, a najuspješniji potpisuju ugovor s naznačenim iznosom potpore, rasporedom plaćanja i ostalim uvjetima (Beath, 2012).

Teritorijalni fondovi podrške su tijela ili agencije koje financiraju film i audiovizualni sektor u svojoj državi, uz dodjeljivanje dijela proračuna produkcijama nacionalnih producenata i koproducenata izvan svog područja. Često je bitan uvjet financiranja pripadnost producerskog društva, producenata, redatelja i ekipe određenoj državi uz dodatne uvjete vezane uz žanr, proračun, sadržaj, dužinu i sl (Beath, 2012).

Porezni poticaji

Postoji više vrsta poreznih poticaja od kojih su najučestaliji porezna izuzeća, sniženje (ili povrat) poreza, odbitak poreza i (relativno manje zastupljeno) porezno utočište.

Porezna izuzeća. Nacionalne, regionalne i lokalne vlasti dopuštaju izuzeće od plaćanja PDV-a za dobra, sirovine i neke usluge koji se izravno koriste za proizvodnju filma i audiovizualnih projekata. Porezno izuzeće od poreza na dodanu vrijednost ili poreza na prodaju propisuje porezna uprava, a producerska društva mogu ostvariti izuzeće putem potvrde koju daju dobavljaču i temeljem koje se dopušta umanjeње računa za primijenjenu poreznu stopu. U pojedinim državama produkcijskim se centrima dodjeljuje „tax free“ status. Prednost je tog modela izravno umanjeње troškova za dobra i usluge i jednostavna primjena. Mogući je nedostatak primjena različitih poreznih stopa u lokalnim jedinicama, čime će producenti ostvariti veće umanjeње u područjima s većim poreznim stopama (Beath, 2012).

Sniženje poreza (ili povrat poreza). Nacionalne, regionalne ili lokalne vlasti mogu poduzeću odobriti sniženje poreza (ili povrat) za ukupni ili dio PDV-a koji se plaća na dobra i usluge koja se izravno koriste u produkciji filma i audiovizualnih projekata. Porezne vlasti mogu odrediti kako će se iznos poreza ubrati te kasnije vratiti producentu. Isporučitelj (u tom slučaju) na računu iskazuje ukupnu cijenu uvećanu za iznos poreza. Cijeli ili dio iznosa poreza plaćenog tijekom produkcije bit će vraćen produkcijskom društvu koje poreznoj upravi treba predložiti račune s ukupnim iznosom plaćenog poreza. Porezna uprava odobrava povrat poreza u obliku potvrde koju producent koristi za plaćanje svih postojećih ili budućih poreznih obveza - uključujući porez po odbitku i doprinose za socijalno osiguranje (Beath, 2012).

Odbitak poreza. Postotak troškova ostvarenih u regiji ili državi, država vraća lokalnom producentu, koproducentu ili producerskom društvu u visini od 15-65% iznosa. Odbitkom poreza podržava se lokalna filmska i audiovizualna produkcija. Odbitak poreza koristi se kao instrument za privlačenje stranih producenata na snimanje filmova u državi. Potiče se dolazak stranih produkcija zbog aktiviranja gospodarstva, prilika za zaradom, ubiranja više poreza, zapošljavanjem i dr. Lokalni producent podnosi vlastima ukupni proračun produkcije uključujući pregled troškova u državi i inozemstvu za dobra, usluge i plaćanje osoblja. Porezna uprava ili ministarstvo kulture analizira pružene informacije i daje prethodno odobrenje i procjenu iznosa odbitka poreza. Nakon završetka rada na produkciji, priprema se konačni izvještaj o troškovima. Porezna uprava revidira izvještaj i povrat ostvaruje u gotovini, uplatom na račun ili kreditom za iznos poreza koji treba platiti u budućnosti. Odbitak poreza iznosi između 20-35% ukupne potrošnje, a neke države propisuju maksimalni iznos odbitka (Beath, 2012).

Porezno utočište. Država može zakonom poreznim obveznicima dozvoliti neplaćanje poreza na iznose doprinosa produkciji filmova. Ponekad se propisuje mogućnost većeg otpisa od poticaja (npr. u iznosu 150% investicije). Većina poreznih utočišta otvorena je za filmove namijenjene prikazivanju u kinima, iako postoje slučajevi kada je taj porezni poticaj moguć i za skupe televizijske serije i internetske video igrice. Producent preko posrednika pronalazi investitore koji su voljni uložiti novac u filmsku produkciju. Investitori u zamjenu dobivaju zaštitu prilikom plaćanja poreza na uloženi novac, a investiciju mogu uvećati za iznos potencijalne zarade od prihoda od filma. Porezna uprava obično obavlja postupak prethodnog odobrenja. Porezna su utočišta ograničena na financiranje nacionalnih produkcija ili nacionalnog dijela koprodukcije. Najčešće se propisuje iznos po projektu, obično je to između 15 i 30% proračuna projekta. Čest je slučaj da produkciju financiraju velika trgovačka društva koja tako izbjegavaju plaćanje poreza na uložena sredstva. Smatra se da država nadoknađuje izgubljene prihode kroz poreze koji se plaćaju na povećanje aktivnosti produkcije (Beath, 2012).

Koprodukcija

Dva ili više društava mogu udružiti sredstva i osoblje te ugovoriti zajedničko produciranje filma ili audiovizualnog djela. Koprodukcije moraju biti usklađene s odredbama bilateralnih ugovora koje su odobrile vlade i mjerodavna tijela tih država čime stječu „dvojni nacionalnost“. Taj status projektu omogućava korištenje subvencijskih fondova, odbitaka poreza i kvota u obje države. Ugovori mogu biti i trilateralni ili multilateralni. Formalne se koprodukcije mogu ostvariti samo ako su ispunjeni zahtjevi lokalnih vlasti oko poreznog statusa, rezidentnosti, registracije društva i sl. Često je udio jednog producenta ograničen na najmanje 20% ili najviše 80% (Beath, 2012).

Televizijsko financiranje nezavisnih producenata

Televizije financiraju producente gotovinom ili dobrima, uslugama i pogodnostima u zamjenu za prava prikazivanja programa u dogovorenom razdoblju. Neke televizije ulažu dodatna sredstva u projekte u zamjenu za pravo na postotak svjetske dobiti. Televizije ponekad sudjeluju u stvaranju programa na način da unajme producenta koji za njihove potrebe producira projekt. Urednici odabiru i ugovaraju pravo na prikazivanje određenih programa (npr. filmova, dramskih serija, dokumentaraca, dječjeg programa i sl.) sklapajući ugovore o razvoju. Nakon te faze, televizija odobrava proračun, raspored, glumce i ekipu te obje strane sklapaju ugovor o produkciji. Televizija najčešće obvezu izvršava u obrocima, uz pravo nadzora nad razvojem projekta. Po završetku produkcije producent predaje televiziji program i prateće materijale, uključujući konačni financijski izvještaj. Po odobrenju televizije, plaća se ostatak ugovorenog iznosa. Televizije najčešće plaćaju slične iznose za slične projekte, a to uključuje ukupni trošak produkcije i naknadu za producenta (Beath, 2012).

Pretprodaja

Distribucija. Producent prenosi na poduzeće isključiva prava iskorištavanja filma u državi ili na određenom području u nekom razdoblju i za određene medije (kino, video, DVD, internet, TV i sl.). Distributer za ta prava plaća jednokratnu naknadu ili određeni postotak svih prihoda filma nakon odbitka troška oglašavanja. Ako se radi o jednokratnoj naknadi, često se ugovara predujam kojim se financira produkcija. Distributer može jedno ili više prava prodati trećoj strani, od čega može dio sredstava prepustiti producentu. Distribucijska društva zainteresirana za stjecanje isključivih

prava na film u svojoj državi procjenjuju scenarij i ostale ključne informacije. Ako se radi o filmu za koji Distributer može jamčiti plaćanje iznosa prije produkcije, ako procijeni da će film ostvariti uspjeh na tržištu, može spriječiti ostale distributere da steknu prava na film (Beath, 2012).

Međunarodni agenti za prodaju. Producent može na trgovačko društvo prenijeti isključiva prava prodaje filma distributerima i/ili televizijama bilo gdje na svijetu osim u državi producenta. U zamjenu producent dobiva postotak ukupne dobiti filma nakon pokrića troškova i naknada. Moguće je ugovaranje isključivih prava na distribuciju te razni aranžmani plaćanja (po isporuci gotovog filma ili prije dovršetka projekta).

Online platforme su Internet stranice na kojima se može gledati ili preuzeti film i audiovizualni projekt. Korisnik može putem kreditne kartice platiti gledanje projekta na kompjuteru, može plaćati mjesečnu pretplatu koja omogućava neograničeni pristup tijekom određenog vremena ili uopće ne plaća korištenje i gledanje projekata već projekte financira oglašivač koji se oglašava u sklopu projekta (Beath, 2012).

Reklamiranje

Sponzorstvo. Osoba, skupina, trgovačko društvo ili organizacija mogu podržati produkciju filma ili audiovizualnog projekta novčanim donacijama ili donacijama dobara ili usluga bez financijske naknade ili utjecaja na uređivačke poslove. Sponzori ne dobivaju udio u prihodima od projekta, ali imaju pravo na određeno reklamno vrijeme tijekom emitiranja projekta (Beath, 2012).

Plasiranje proizvoda. U filmu ili audiovizualnom projektu može se koristiti dobro ili usluga u zamjenu za plaćanje naknade (npr. Omega satovi, Aston Martin automobili i sl.). Poznati brendovi plaćaju visoke iznose za pojavljivanje u filmovima s velikom gledanošću, a neki brendovi čak inzistiraju da njihove proizvode u filmovima ne povezuju s negativnim likovima.

Razmjena (barter) je razmjena dobara i usluga koja ne obuhvaća plaćanje naknade. Razmjena se najčešće odnosi na televizijske programe – producent daje televizijskoj stanici program ili seriju u zamjenu za televizijsko vrijeme za prikazivanje reklama. Producent to vrijeme prodaje oglašivačima i zadržava određeni postotak ili cijeli iznos novca koji oni plaćaju za oglašavanje (Beath, 2012).

Privatne investicije

Plasman vlastitog kapitala. Osoba ili trgovačko društvo može kupiti postotak vlasništva nad filmom ili audiovizualnim projektom u zamjenu za udio u budućim prihodima od projekta. Većina investicija ugovara se prema načelu „visoki rizik – visoka nagrada“.

Odgoda. Član ekipe koja stvara film ili audiovizualni projekt odriče se dijela svoje naknade, najčešće uz odredbu da će se naknada platiti iz ostatka sredstava, dodatnog financiranja produkcije ili od prihoda. Odgoda se ugovara pri kraju projekta i obavlja se s jednim ili više glumaca ili članova ekipe koji pristaju na smanjenje svojih honorara kako bi se dovršio financijski plan. Honorari se često isplaćuju naknadno, kada projekt počne ostvarivati prihode.

Podrška u obliku dobara i usluga. Pružatelj dobara i usluga podržava produkciju putem manjih naknada ili davanjem dobara i usluga bez naknade. Industrijske usluge mogu se odnositi na post-produkciju ili kompjutersku obradu slike, a neindustrijske na bilo koju vrstu proizvoda (npr. obroci za glumačku i snimateljsku ekipu, materijali za kostime i sl.) (Beath, 2012).

Masovni izvori

Masovno financiranje. Kampanja za financiranje može se provoditi putem internet stranice. Na taj način se od pojedinaca prikupljaju sredstva za plaćanje ukupne ili dijela produkcije filma ili audiovizualnog djela. Obično postoji niz poticaja (nagrada) kojima se pojedinci potiču na plaćanje putem interneta ili PayPala. Pojedinci mogu sudjelovati s ulozima već od deset do nekoliko desetaka tisuća dolara ili eura (Beath, 2012).

Nagrade i darovnice

Filmski festivali, filmsko tržište ili razni fondovi u sklopu natječaja nude novčane nagrade za razvoj, produkciju ili post-produkciju. Prijave se temelje na objavljenim smjernicama, a stručni žiri odabire pobjednika. Često je uvjet natječaja navođenje organizacije koja dodjeljuje nagradu u najavi ili odjavi filma (Beath, 2012).

Potpore EU

Program MEDIA (prethodno MEDIA I, II, Media Plus, Media Training) je program potpore EU namijenjen razvoju europske audiovizualne industrije. Ciljevi su Programa osnažiti europski audiovizualni sektor uzimajući u obzir europski kulturni identitet i europsko kulturno naslijeđe; povećati cirkulaciju europskih audiovizualnih djela unutar i izvan Europske unije te osigurati konkurentnost europskoga audiovizualnog sektora putem otvorenoga i konkurentnog tržišta. Program MEDIA 2007 namijenjen je financiranju usavršavanja, razvoja projekata, distribucije, promidžbe, festivala te novih tehnologija.

Program MEDIA 2007 Europski parlament usvojio je 2006. za razdoblje 2007.-2013. Ukupan proračun Programa MEDIA 2007 iznosi 755 milijuna eura. Od ukupnog iznosa 65% izdvaja se za promidžbu i distribuciju europskih filmova izvan matične zemlje. Očuvanje kulturne raznolikosti i međukulturnog dijaloga važan je cilj Programa, kao i očuvanje europske kinematografije te audiovizualne dostupnosti europskim građanima. Ti se ciljevi postižu uspostavljanjem ravnoteže između europskih zemalja s visokim (Francuska, Italija, Njemačka, Španjolska i Velika Britanija) i europskih zemalja s niskim produkcijskim kapacitetom.

Okvir 1. Sudjelovanje Hrvatske u EU programu MEDIA 2007

Hrvatska je potpisivanjem Memoranduma o razumijevanju osigurala sudjelovanje u programu Zajednice MEDIA 2007 (2007. – 2013.) 17. ožujka 2008. te ratificiranjem, u Hrvatskom saboru postala punopravni član Programa MEDIA 2007. Ratificiranjem Memoranduma otvorena je mogućnost punopravnoga sudjelovanja hrvatskih redatelja, producenata, scenarista i ostalih fizičkih i pravnih osoba koje se bave audiovizualnim djelatnostima u Programu MEDIA 2007 te natjecanja za financijska sredstva što ih Europska komisija putem Programa osigurava za potporu produkciji, promidžbi i distribuciji europskih audiovizualnih projekata.

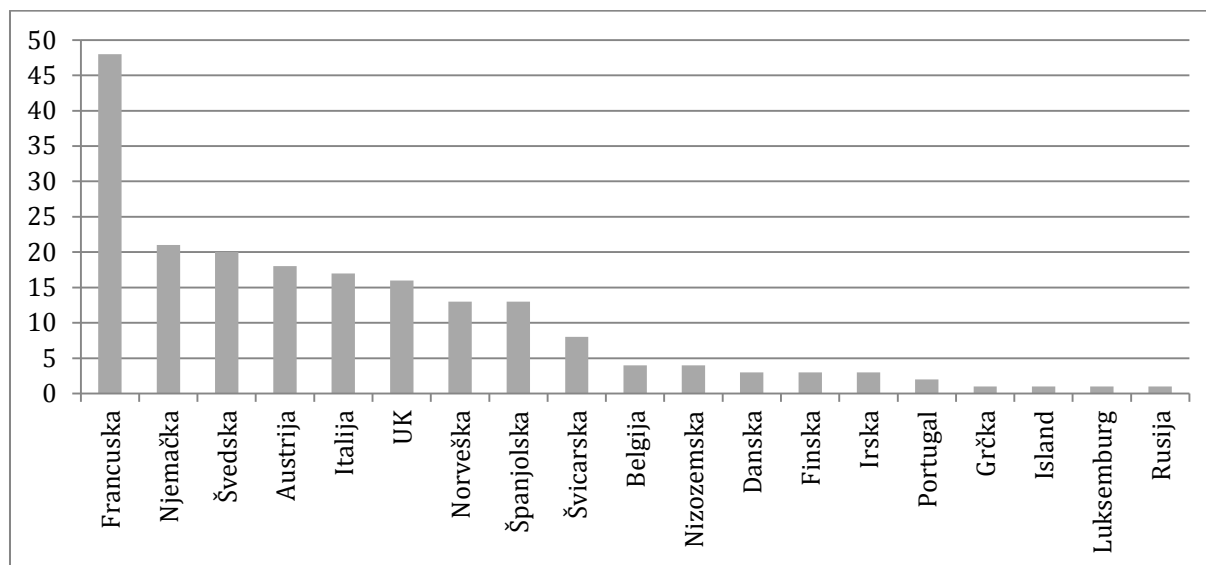
3. DRŽAVNE POTPORE AUDIOVIZUALNOJ DJELATNOSTI

Filmski sektor jedan je od važnijih sektora u području kulture jer istovremeno stvara ekonomsku i kulturnu vrijednost. Ta je činjenica uvelike odredila provedbe javnih politika u tom području (Simon, 2012). S obzirom na sveobuhvatnost radnji i sudionika u postupku proizvodnje i reprodukcije filma te ostalih pratećih aktivnosti, može se sa sigurnošću reći da ne postoji sektor na koji filmska industrija ne bi mogla imati izravan ili barem neizravan utjecaj.

3.1. Potpore audiovizualnoj djelatnosti u Europi

Filmski sektor u Europi obilježava prilično sveobuhvatan skup mjera (potpora) usmjerenih na povećanje konkurentnosti na svjetskom tržištu. S vremenom se u Europi razvio složen sustav potpora koji obuhvaća različite fondove, ali i porezne poticaje. Važnost državnih potpora za film u EU vidljiva je iz činjenice da države članice podupiru filmsko stvaralaštvo s otprilike 2,3 milijarde eura godišnje kroz razne oblike potpora, a s 1.168 proizvedenih filmova u 2009. EU je jedan od najvećih proizvođača filmova na svijetu. Međutim, *potpore audiovizualnoj djelatnosti u Europi raspodjeljuju se uglavnom putem nacionalnih fondova i sustava potpore.*

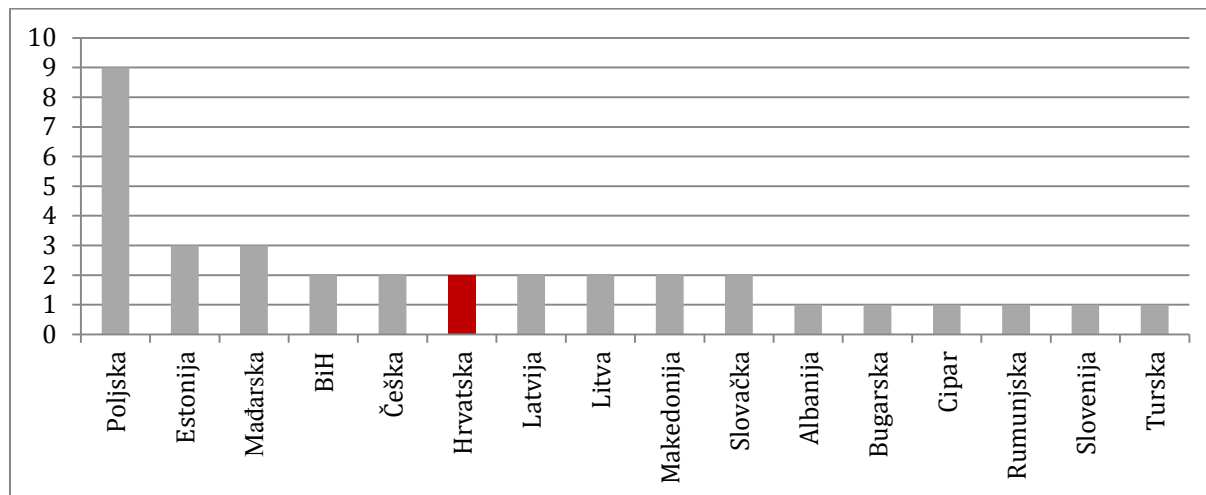
Grafikon 1. Broj nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009.



Izvor: EAO (2011)

U 2009. broj nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti u zemljama EU 15 te Islandu, Norveškoj, Rusiji i Švicarskoj kretao se u rasponu od jednog (Grčka, Island, Luksemburg i Rusija) do 48 fondova (u Francuskoj).

Grafikon 2. Broj nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009.

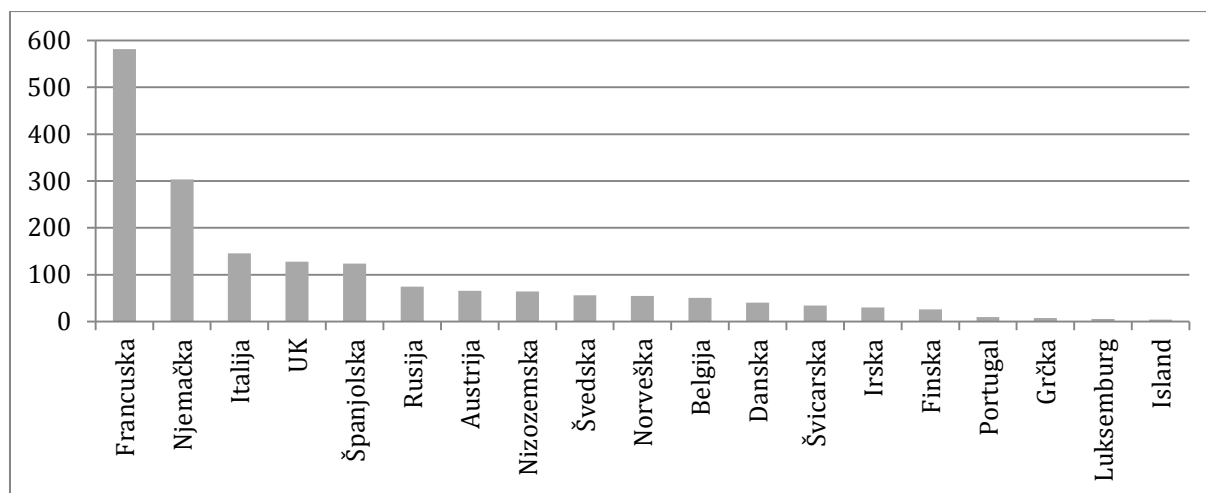


Napomena: podaci za Maltu nisu dostupni.

Izvor: EAO (2011)

U zemljama EU 12 te Albaniji, BiH, Hrvatskoj, Makedoniji i Turskoj broj fondova je manji i kreće se u rasponu od 1 (Albanija, Bugarska, Cipar, Rumunjska, Slovenija i Turska) do 9 (Poljska).

Grafikon 3. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009. (u mil. eura)

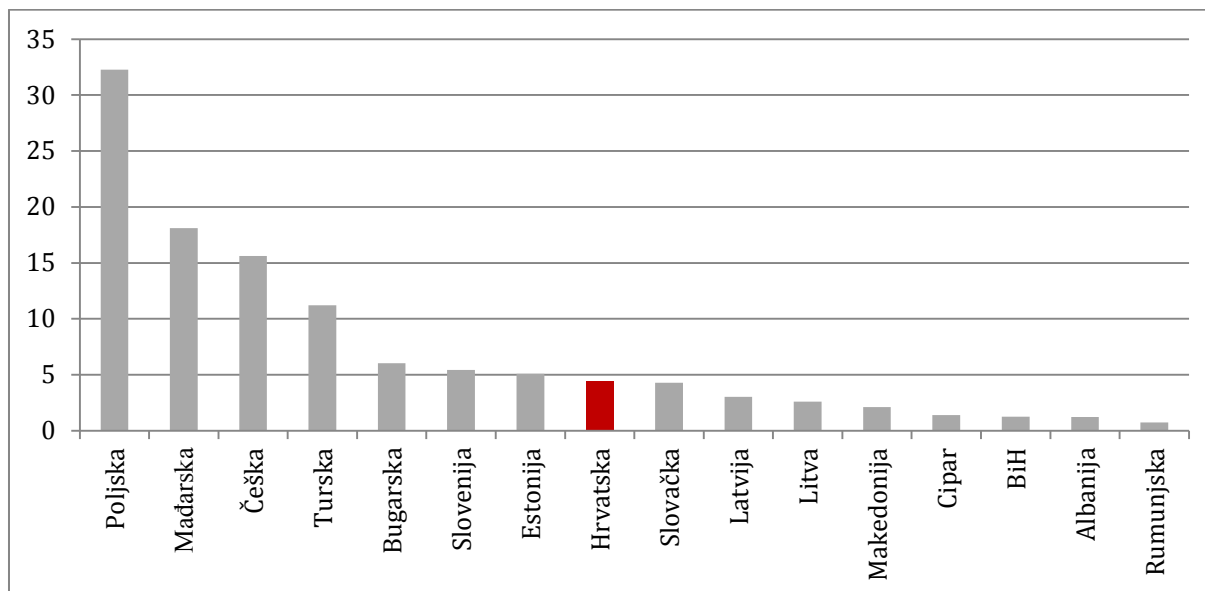


Izvor: EAO (2011)

Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu AV djelatnosti zemalja EU 15 te Islandu, Norveškoj, Rusiji i Švicarskoj u 2009. kreću se od 3,9 milijuna eura na Islandu do najviših 581,2 milijuna eura u Francuskoj (grafikon 3). Sredstva potpore AV industriji u većini promatranih zemalja manje su od 100 milijuna eura (osim u Italiji, Njemačkoj, Španjolskoj i UK).

U skupini zemalja koje obuhvaćaju EU 12 te Albaniju, BiH, Hrvatsku, Makedoniju i Tursku, iznos ukupnih sredstava za AV djelatnosti znatno je niži (grafikon 4).

Grafikon 4. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009. (u mil. eura)



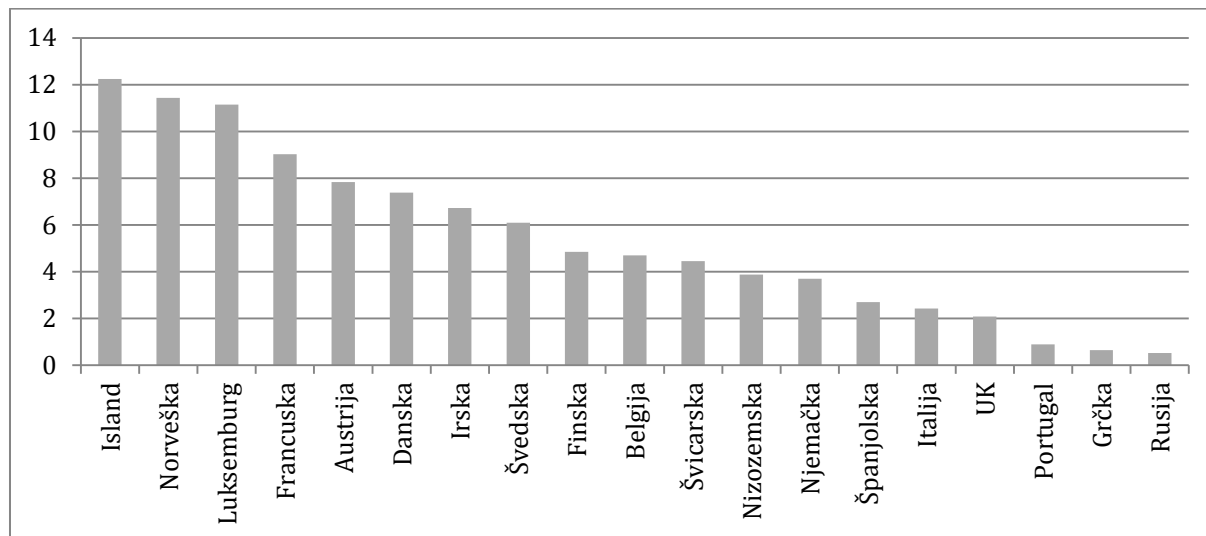
Napomena: podaci za Maltu nisu dostupni.

Izvor: EAO (2011)

Najmanje sredstava za AV djelatnosti u 2009. osigurala je Rumunjska (0,8 milijuna eura), a najviše Poljska (32,3 milijuna eura). U većini zemalja sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za AV sektor ne prelaze 5 milijuna eura (osim u Bugarskoj, Češkoj, Mađarskoj, Sloveniji i Turskoj).

Hrvatska je u 2009. za audiovizualnu djelatnost izdvojila 4,4 milijuna eura i s tim iznosom nalazi se u skupini europskih zemalja s malim iznosima sredstava za financiranje AV djelatnosti (Albanija, BiH, Cipar, Latvija, Litva, Makedonija, Rumunjska i Slovačka).

Grafikon 5. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti po stanovniku zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009. (u eurima po stanovniku)

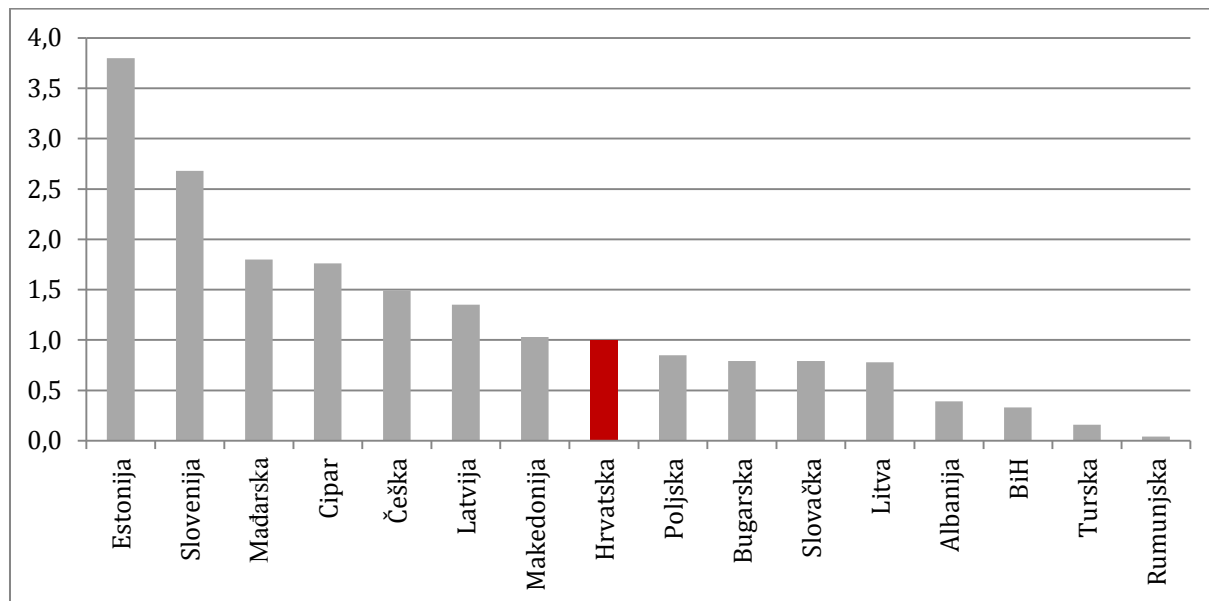


Izvor: EAO (2011)

Usporedba vrijednosti sredstava AV sektoru pojedinih zemalja u apsolutnim iznosima korisna je za dobivanje uvida u raspoloživi financijski potencijal zemalja. Zemlje različitih veličina ne mogu osigurati sredstva u jednakim apsolutnim iznosima zbog razlika u financijskim kapacitetima. Zbog toga je za ocjenu veličine sredstava AV sektoru korisnije proučiti relativne pokazatelje poput visinu sredstava po stanovniku ili udio sredstava u BDP-u.

Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti po stanovniku zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009. kretala su se od 0,53 (Rusija) do 12,23 eura po stanovniku (Island). Sredstva AV sektoru u promatranim zemljama uglavnom ne prelaze 10 eura po stanovniku (osim u Islandu, Luksemburgu i Norveškoj). To saznanje korisno je jer su Island i Luksemburg zemlje s najmanje sredstava za AV sektor u apsolutnom iznosu (Island 3,9 milijuna eura, a Luksemburg 5,5 milijuna eura). Relativno niska razina sredstava u tim zemljama čini se opravdanim s obzirom na njihovu veličinu.

Grafikon 6. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti po stanovniku zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009. (u eurima po stanovniku)



Izvor: EAO (2011)

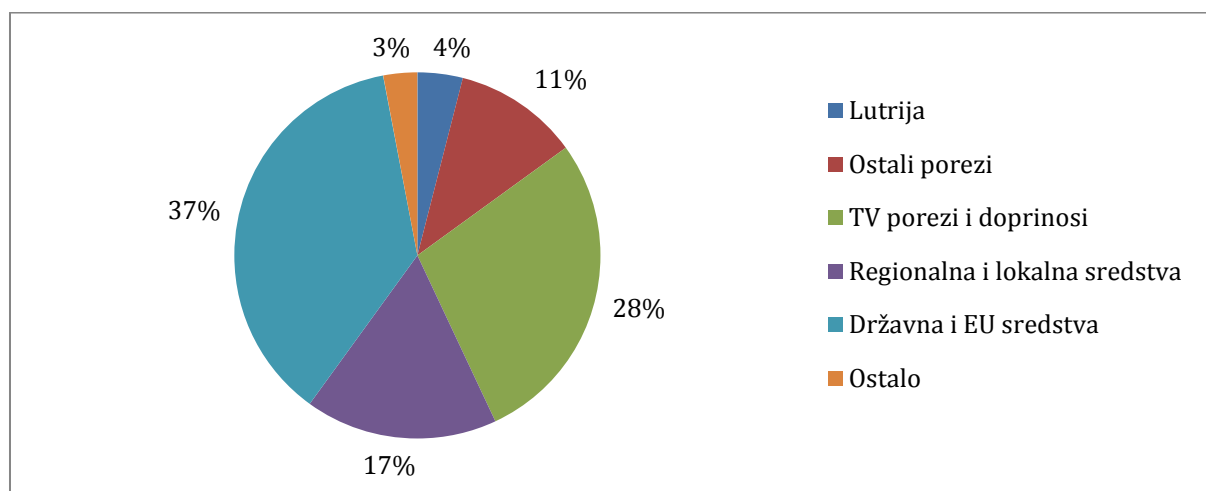
U zemljama EU 12 te Albaniji, BiH, Hrvatskoj, Makedoniji i Turskoj, iznos sredstava AV sektoru po stanovniku je niži. Najmanje sredstava po stanovniku u 2009. osigurala je Rumunjska (0,04 eura po stanovniku), a najviše Estonija (3,80 eura po stanovniku). Hrvatska je u tom razdoblju za AV sektor izdvojila 1 euro po stanovniku, što je tek nešto više nego u Albaniji, BiH, Bugarskoj, Litvi, Poljskoj, Rumunjskoj, Slovačkoj i Turskoj.

Tablica 1. Raspodjela sredstava potpore audiovizualnoj djelatnosti u Europi (u %)

	2002.	2009.	2009-2002.	Povećanje sredstava (2009./2002.)
	I	II	III=II-I	IV
Stvaranje (produkcija)	77,1	73,9	-3,2	65
Distribucija	10,4	9,4	-1,0	55
Prikazivanje	9,9	6,9	-3,0	20
Promocija	1,4	4,0	2,6	379
Usavršavanje	0,8	2,0	1,2	322
Razvoj poduzeća	0,2	0,7	0,5	414
Filmska kultura i istraživanje i razvoj	0,1	3,1	3,0	4657
Ukupno	100,0	100,0	0,0	72

Izvor: EAO (2011)

U strukturi raspodjele sredstava AV djelatnosti u Europi dominiraju potpore za stvaranje (produkciju), dok se za ostale namjene daje tek manji dio potpora (u 2009. oko 26%). Usporedbom strukture potpora u 2002. i 2009. može se uočiti porast udjela potpora za promociju, usavršavanje, razvoj poduzeća te filmsku kulturu i istraživanje i razvoj.

Grafikon 7. Izvori sredstava fondova za potporu AV industriji u 2009. (u %)

Izvor: EAO (2011)

Najveći dio sredstava fondova za potporu AV industriji dolazi iz državnih proračuna, kao i proračuna regionalnih i lokalnih vlasti. Nešto više od 1/3 sredstava prikuplja se porezima, a ostali izvori prihoda čine manje od 10% ukupnih sredstava. Razina sredstava od međunarodnih tijela i fondova AV sektoru u Europi prilično je niska. Primjerice, u 2009. potpora međunarodnih fondova AV sektoru u Europi iznosila je 144 milijuna eura (EAO, 2011).

Osim izravnih financijskih potpora, AV sektor u pojedinim zemljama često uživa i neizravne potpore kroz mogućnosti korištenja mekih kredita (engl. *soft loans*) ili poreznih poticaja u vidu oslobođenja, olakšica i sličnih mogućnosti. Porezni poticaji mogu se pronaći u većem broju zemalja, a posebice su prisutni u UK, Malti, Finskoj, Mađarskoj i Irskoj (Cambridge Econometrics, 2008).

3.2. Financiranje i državne potpore audiovizualnoj djelatnosti u Hrvatskoj

Republika Hrvatska kroz audiovizualnu djelatnost provodi svoju kulturnu i gospodarsku politiku. Potpora audiovizualnoj djelatnosti temelji se na ostvarenje ciljeva kulturne ali i gospodarske politike.

Kulturna politika provodi se temeljem Ustava RH, UNESCO-ve konvencije o kulturnoj raznolikosti i drugih načela. Izvorno, kulturna politika uređuje mehanizme koji vode namirenju nematerijalnih potreba javnosti. Tim slijedom izdvajaju se javna sredstva za razne potrebe, npr. - očuvanje i obnovu kulturne baštine, muzejsku i galerijsku djelatnost, izdavaštvo, audiovizualno stvaralaštvo te ostale izvedbene djelatnosti. *U svrhu provedbe gospodarske politike* Vlada izdvaja dio proračunskih sredstva s isključivo materijalnim ciljevima - podjednako materijalnim koliko su materijalni i njezini alati. Učinkovitost te politike, lakše je mjerljiva u terminima utjecaja na rast bruto domaćeg proizvoda, rasta fiskalnih prihoda i ostvarenja pratećih dobrobiti poput rasta zaposlenosti i drugih socijalnih učinaka. U tom smislu država dodjeljuje potpore raznih oblika, od poljoprivrednih, tehnoloških, poduzetničkih. Potpora "ulaganjima u audiovizualnu

djelatnost” koju dodjeljuje HAVC-ov Odjel za poticaje – pripada potporama iz područja gospodarske djelatnosti.

Potpore koje dodjeljuje Hrvatsko audiovizualno vijeće pripadaju mjerama kulturne politike i neće se detaljnije analizirati u nastavku rada. Napomenimo da financijski instrumenti kulturne politike, imaju, svoj prihodovni vid. Javna ulaganja u obnovu baštine, u primjeru dubrovačkih zidina imaju značajan financijski učinak. Neki muzeji prodaju iznimnu količinu ulaznica. Satirička kazališta imaju “box office” usporediv s njihovim godišnjim prihodom iz gradskih proračuna. Na isti način, pojedini javno sufinancirani cjelovečernji igrani filmovi ostvaruju znatne financijske prihode u kino-eksploataciji. Ti financijski učinci postaju dodana vrijednost javnim izdvajanjima. Takvi prihodi se nadovezuju na vrijednost kulturnih subvencija i tako jačaju kulturni sektor. Tako zarađena sredstva jačaju kapacitete kulturnih ustanova i njihovih proizvođača – kako pravnih tako i fizičkih osoba.

U nastavku se detaljnije analiziraju potpore audiovizualnoj djelatnosti u Hrvatskoj kao temelj za procjenu njihova gospodarskog i fiskalnog učinka.

Zakonodavni okvir

Zakon o audiovizualnim djelatnostima (NN 76/07, 90/2011) temeljni je propis kojim se u Hrvatskoj regulira audiovizualna djelatnost i poticanje ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela. Zakonom je uređeno obavljanje, organiziranje i financiranje audiovizualnih djelatnosti⁴, poticanje hrvatskog audiovizualnog stvaralaštva i distribucije, promicanje kino-prikazivanja te komplementarnih djelatnosti⁵, a osobito zaštita i proučavanje audiovizualne baštine te prikazivanje hrvatskih audiovizualnih djela⁶ u zemlji i inozemstvu. Audiovizualne djelatnosti su od interesa za Republiku Hrvatsku. Zakon potiče njihov razvitak i promiče audiovizualno stvaralaštvo na međunarodnoj razini, očuvanje vrijednosti nacionalne kinematografije te ustanovljava i razvija sustav potpora razvoju audiovizualnih djelatnosti, zaštite prava i interesa gledatelja, kao i stvaranje uvjeta za koprodukciju.

Hrvatski audiovizualni centar (HAVC) javna je ustanova osnovana sa svrhom sustavnog poticanja audiovizualnog stvaralaštva u Republici Hrvatskoj. HAVC obavlja niz djelatnosti, za potrebe ovog istraživanja treba posebno istaknuti: provođenje mjera poticanja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela kao kulturnih proizvoda i *donošenje rješenja kojim se odlučuje o zahtjevu za ostvarivanje prava na financijski poticaj*.

HAVC obavlja i djelatnosti pripremanja i provođenja Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva potičući obavljanje, organiziranje i financiranje pripreme,

⁴ *Audiovizualne djelatnosti* su razvoj, proizvodnja, promocija, distribucija i prikazivanje audiovizualnih djela, a obuhvaćaju i proizvodnju jednog ili više audiovizualnih i multimedijских programa, pružanje audiovizualnih medijskih usluga, audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev i usluga elektroničkih publikacija te prijenos i/ili retransmisiju audiovizualnih programa i njihovih dijelova.

⁵ *Komplementarne djelatnosti* su zaštita audiovizualne baštine, uključujući kinotečnu djelatnost, filmske festivale i druge audiovizualne manifestacije, te djelatnosti razvijanja audiovizualne kulture, programi promocije i prodaje hrvatskih audiovizualnih djela, međunarodna suradnja, proučavanje i kritičko vrednovanje audiovizualnih djelatnosti, izdavaštvo u području audiovizualnih djelatnosti, programi stručnog usavršavanja i programi audiovizualnih udruga i organizacija.

⁶ *Audiovizualna djela* su igrani i dokumentarni filmovi, animirani filmovi, alternativni filmovi, eksperimentalni filmovi te sva druga audiovizualna djela, koja su umjetnički i/ili autorski izraz bez obzira na tehnologiju kojom su nastala, podlogu na kojoj su fiksirana te način na koji se prikazuju.

razvoja, proizvodnje, distribucije i prikazivanja hrvatskih, europskih i svjetskih kulturno vrijednih audiovizualnih djela. HAVC prikuplja i raspodjeljuje sredstva za poticanje audiovizualnih djelatnosti, podupiranje i poticanje proizvodnje filmova mladih autora i debitanta, poticanje, usmjeravanje i organiziranje domaćih i inozemnih ulaganja u audiovizualne djelatnosti, predstavljanje hrvatske audiovizualne djelatnosti i stvaralaštva na međunarodnim festivalima i manifestacijama, obavljanje zadaća i aktivnosti u provedbi programa EU i Vijeća Europe iz područja audiovizualnih djelatnosti. HAVC potiče sudjelovanje hrvatskih producenata u europskim i međunarodnim koprodukcijama i organiziranja domaćih i međunarodnih audiovizualnih festivala i manifestacija, predlaganje mjera i suradnje s drugim tijelima na suzbijanju nelegalnog prometa i uporabe audiovizualnih djela, promicanje vrijednosti i mjere značajne za zaštitu djece i mladeži, ravnopravnost spolova, rasa i nacionalnih manjina. Pored toga HAVC nadzire provedbe kategorizacije audiovizualnih djela, vodi očevidnika te podnosi optužne prijedloge sukladno prekršajnim odredbama Zakona o audiovizualnim djelatnostima i odredbama Prekršajnog zakona.

Sredstva za rad HAVC-a osiguravaju se u državnom proračunu, stječu se obavljanjem djelatnosti te iz drugih izvora. Ostvarenu dobit iz poslovanja HAVC koristi za unapređenje i razvoj djelatnosti u skladu sa Statutom. Tijela HAVC-a su Upravni odbor, Ravnatelj i Hrvatsko audiovizualno vijeće.

Financiranje audiovizualne djelatnosti

Zakon o audiovizualnim djelatnostima predviđa dvije vrste financijskih instrumenata za financiranje audiovizualne djelatnosti.

Prvi je provedba Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva, sukladno kojem HAVC, odnosno Audiovizualno vijeće raspisuje javni poziv kojim određuje uvjete podnošenja prijave i kriterije za dodjelu sredstava. Programe i projekte prijavljene na javni poziv razmatraju umjetnički savjetnici. Umjetnički savjetnici čine Umjetničko vijeće koji usuglašava prijedlog liste prioriteta i raspodjele sredstava, a temeljem odluke o dodjeli sredstava ravnatelj HAVC-a zaključuje ugovor s nositeljem programa. Taj se dio financiranja audiovizualne djelatnosti temelji na kulturnoj politici i nije predmet ovoga istraživanja.

Drugi je provođenje **financijskih mjera poticaja** u obliku povrata dijela novčanih sredstava utrošenih u Republici Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela kao kulturnih proizvoda od strane stranih i domaćih producenata, što može doprinijeti gospodarskom napretku Republike Hrvatske, uspostavljanju međunarodne konkurentnosti poslovnih subjekata audiovizualne industrije, poticanju rasta zapošljavanja te postizanju dugoročnih pozitivnih učinaka za Republiku Hrvatsku kao produkcijsku lokaciju, a sa ciljem napretka i očuvanja audiovizualnih djelatnosti kao djelatnosti od interesa za Republiku Hrvatsku.

Ovo istraživanje primarno je usredotočeno na *analizu potpora ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela, odnosno mjera gospodarske politike.*

Poticanje ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela

Ulaganje u proizvodnju audiovizualnih djela potiče se mjerama koje propisuje Zakon o audiovizualnim djelatnostima s ciljem razvoja projekata s područja filmskih i audiovizualnih djelatnosti, stvaranja povoljnih uvjeta razvoja hrvatskog i europskog kulturnog proizvoda, razvoja međunarodne filmske suradnje i internacionalnih koprodukcija, poticanja razvoja struke i rasta zapošljavanja te postizanja dugoročnih pozitivnih učinaka za Hrvatsku kao produkcijsku lokaciju, s ciljem napretka audiovizualnog stvaralaštva i očuvanja hrvatske kulturne baštine u zemlji i inozemstvu. Mjerama poticanja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela ostvaruje se i međunarodna promidžba Hrvatske, jačanje međunarodne kulturne razmjene, povećanje kvalitete audiovizualnih djela, razvoj i jačanje audiovizualne tehničke infrastrukture, stručno usavršavanje kreativnog i tehničkog osoblja u audiovizualnim i pratećim djelatnostima.

Poticanje ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela ostvaruje se kroz financijske poticaje u obliku *povrata dijela novčanih sredstava utrošenih u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela*. Način ostvarivanja financijskog poticaja detaljno je propisan *Pravilnikom o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela* (NN 86/12, 104/12).

Pravilnikom su određena audiovizualna djela za koje se ostvaruje financijski poticaj, rokovi, kriteriji i drugi uvjeti za ostvarivanje financijskog poticaja kao i program potpora, sukladno propisima o državnim potporama i Odluci Vlade o objavljivanju pravila o državnoj potpori kinematografskoj i ostaloj audiovizualnoj djelatnosti (NN 46/08, 144/11). Pravilnik je donio ministar kulture na prijedlog HAVC-a uz prethodnu suglasnost ministra financija.

Kriteriji i uvjeti za dobivanje financijskog poticaja

Financijski poticaj je povrat 20% ukupnog iznosa troškova učinjenih u Hrvatskoj za proizvodnju igranih, animiranih i dokumentarnih filmova, televizijskih filmova i televizijskih serija koje se u cijelosti ili djelomično proizvode u Hrvatskoj, namijenjeni su javnom prikazivanju te udovoljavaju kriterijima Zakona i Pravilnika, bez obzira na to financiraju li se iz domaćih ili međunarodnih izvora.

Financijski poticaj za pojedino audiovizualno djelo ne može iznositi više od 4 milijuna kuna, osim ako Pravilnik ne određuje drukčije.

Financijski poticaj je državna potpora. Korisniku potpore dozvoljeno je potrošiti najmanje 20% filmskog proračuna u drugim državama članicama EU te mu se zbog toga neće smanjiti iznos državne potpore. Zbroj sredstava iz državnih potpora Hrvatske i drugih zemalja članica EU (uključujući iznos financijskog poticaja i potpora malih vrijednosti) ne može iznositi više od 50% ukupnog proračuna audiovizualnog djela, odnosno 50% opravdanih troškova projekta.

Teška ili zahtjevna audiovizualna djela⁷ i audiovizualna djela niskoga proračuna⁸ (uključujući djela kojima su dodijeljene potpore malih vrijednosti) moguće je sufinancirati državnim potporama do 80% cjelokupnog proračuna audiovizualnog djela. Podnositelj koji dokaže da će proizvodnjom djela u Hrvatskoj premašiti iznos od 20 milijuna kuna ukupnih troškova učinjenih u Hrvatskoj u okviru proizvodnje djela, može uputiti zahtjev HAVC-u za ostvarivanje prava na financijski poticaj za to djelo u iznosu većem od 4 milijuna kuna. Iznos poticaja kao i dodatne obveze podnositelja HAVC utvrđuje razmjerno raspoloživim sredstvima.

Kako bi djelo ostvarilo pravo na financijski poticaj, mora ostvariti minimalan broj bodova u Kvalifikacijskom testu⁹.

Kriteriji za podnositelja Zahtjeva za ostvarivanje prava na financijski poticaj

Na podnošenje Zahtjeva ovlaštena je pravna osoba, registrirana u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela, koja:

- u svojstvu producenta, koproducenta i/ili izvršitelja usluge proizvodnje inozemnog djela (production service company)¹⁰, proizvodi igrani, animirani i dokumentarni film, televizijski film ili televizijsku seriju, u cijelosti ili djelomično u Hrvatskoj,
- je stekla autorska prava na scenarij za proizvodnju audiovizualnog djela ili proizvodi inozemno djelo temeljem ugovorene suradnje s inozemnim subjektom koji je stekao autorska prava na scenarij za proizvodnju inozemnog djela,
- je u posljednje tri godine prije dana podnošenja Zahtjeva proizvela najmanje jedno djelo (igrani film, dokumentarni film, animirani film, televizijski film ili televizijsku seriju) koje je javno prikazano komercijalnom distribucijom u kinima i/ili na televiziji i/ili na najmanje jednom međunarodnom festivalu,
- raspolaže podacima o cjelokupnom proračunu audiovizualnog djela za koje se traži poticaj (u slučaju domaće produkcije ili međunarodne koprodukcije u kojoj je hrvatska pravna osoba koproducent) ili raspolaže podacima o visini iznosa cjelokupnog proračuna audiovizualnog djela za koje se traži poticaj (u slučaju inozemnog djela).

⁷ *Teško ili zahtjevno audiovizualno djelo* je djelo posebne umjetničke i/ili kulturne vrijednosti za nacionalnu ili europsku filmsku umjetnost koje pridonosi kulturnoj raznolikosti i pluralizmu umjetničkog izraza. Teško ili zahtjevno audiovizualno djelo je djelo visoke kvalitete, ili kreativnog rizika ili eksperimentalni film, koje iz bilo kojeg razloga nije komercijalno isplativo, odnosno kojemu je otežan pristup financiranju; djelo zahtjevne tematike važne za kulturni cilj koje nije komercijalno održivo; prvi ili drugi film nekog redatelja, dokumentarni film, kratki film i slično.

⁸ *Audiovizualno djelo niskoga proračuna* je svako djelo čiji troškovi proizvodnje ne premašuju prosječne troškove audiovizualnog djela u njegovoj kategoriji (cjelovečernji igrani film, kratki igrani film, cjelovečernji dokumentarni film, kratki dokumentarni film, animirani film, eksperimentalni film) koje je pretežito financirano iz javnih sredstava Republike Hrvatske u zadnje tri godine.

⁹ *Kvalifikacijski test* je test koji ispunjava podnositelj Zahtjeva čija je svrha kroz sustav bodova vrednovati kulturni sadržaj audiovizualnog djela za koje se traži financijski poticaj, doprinos ljudskih potencijala i korištenje produkcijskih potencijala RH. Podnositelj Zahtjeva čije djelo u Kvalifikacijskom testu ostvari veći broj bodova od djela nekog drugog podnositelja, ne ostvaruje nikakve pogodnosti prilikom redosljeda obrade Zahtjeva niti rezervacije sredstava. Test se sastoji od dijela A – kulturni sadržaj, Dijela B – kreativna suradnja i Dijela C – produkcija/korištenje hrvatskih potencijala. Da bi pojedino djelo zadovoljilo uvjete, mora ostvariti najmanje 15 bodova od mogućih 37.

¹⁰ Izvršitelj usluge proizvodnje inozemnog djela (production service company) je pravna osoba registrirana u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela, koja temeljem ugovorene suradnje s inozemnim subjektom pruža usluge proizvodnje inozemnog djela u RH te podnosi Zahtjev.

Iznimno, Zahtjev može podnijeti i pravna osoba koja u posljednje tri godine prije dana podnošenja Zahtjeva nije proizvela najmanje jedno audiovizualno djelo ali je njen osnivač ili direktor producirao najmanje jedno audiovizualno djelo koje zadovoljava uvjete javnog prikazivanja djela u posljednje tri godine prije dana podnošenja Zahtjeva. Direktor ili osnivač to dokazuje svojim imenom i prezimenom naznačenim na proizvedenom audiovizualnom djelu.

Zahtjev ne može podnijeti poduzetnik u teškoćama, u stečaju ili likvidaciji, kome je naložen povrat nezakonite državne potpore ili se nalazi u postupku povrata potpore te koji ima neplaćene, dospjele obveze po osnovi javnih davanja (takav će se Zahtjev odbaciti).

Iznimno, Zahtjev može podnijeti i pravna osoba koja u posljednje tri godine prije dana podnošenja Zahtjeva nije proizvela audiovizualno djelo, već je surađivala u proizvodnji audiovizualnog djela koje je javno prikazano komercijalnom distribucijom u kinima i/ili na televiziji i/ili na najmanje jednom međunarodnom festivalu kao izvršitelj usluge proizvodnje. Pored toga, Zahtjev može podnijeti i pravna osoba koja u posljednje tri godine prije dana podnošenja Zahtjeva nije proizvela audiovizualno djelo, već je u svojstvu izvršitelja usluge proizvodnje surađivala u proizvodnji reklamnih audiovizualnih djela koja su javno prikazana komercijalnom distribucijom u kinima i/ili na televiziji.

Ako se radi o domaćoj koprodukciji, u kojoj su svi koproducenti pravne osobe registrirane u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela, koproducenti između sebe moraju odabrati jednog koproducenta koji će sudjelovati u postupcima ostvarivanja financijskog poticaja kao podnositelj Zahtjeva.

Ako se radi o međunarodnoj koprodukciji, u kojoj je jedan od koproducenta pravna osoba registrirana u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela, u postupcima ostvarivanja financijskih poticaja, podnositelj Zahtjeva bit će hrvatski koproducent. U slučaju inozemne produkcije, neovisno o broju producenata i država njihovog podrijetla, u kojoj niti jedan od producenata nije pravna osoba registrirana u Hrvatskoj za proizvodnju audiovizualnih djela, producent-nositelj projekta mora angažirati domaćeg izvršitelja usluge proizvodnje inozemnog djela (engl. *production service company*) koji će kao podnositelj Zahtjeva sudjelovati u postupcima ostvarivanja financijskog poticaja.

Audiovizualno djelo za koje se može tražiti financijski poticaj

Podnositelj Zahtjeva može tražiti financijski poticaj za igrani film, dokumentarni film, animirani film, televizijski film ili televizijsku seriju koji će se u cijelosti ili djelomično proizvoditi u Hrvatskoj, a namijenjeni su javnom prikazivanju te ostvaruju minimalan broj bodova u Kvalifikacijskom testu.

Poticaj se može tražiti i za inozemno djelo, odnosno igrani, animirani, dokumentarni film, kao i televizijski film i televizijsku seriju za čiji je scenarij inozemna pravna osoba registrirana za proizvodnju audiovizualnih djela izvan Hrvatske stekla autorska prava.

Za dobivanje financijskog poticaja djelo mora zadovoljiti i sljedeće uvjete:

- najmanji iznos ukupnih troškova u Hrvatskoj u okviru proizvodnje djela mora, bez PDV-a, iznositi 2 milijuna kuna za igrani film, 300.000 kuna za dokumentarni 500.000 kuna za animirani, 1.000.000 kuna za televizijski film i najmanje 750.000 kuna po epizodi televizijske serije,
- najmanje 50% članova ekipe angažirane u Hrvatskoj za proizvodnju djela moraju biti hrvatski državljani, u slučaju kada se djelo u cijelosti proizvodi u Hrvatskoj, ili
- najmanje 30% članova ekipe angažirane u Hrvatskoj za proizvodnju djela moraju biti hrvatski državljani ukoliko se djelo djelomično proizvodi u Hrvatskoj, a djelomično u drugim državama.

Podnositelj Zahtjeva ne može steći pravo na financijski poticaj za promidžbeno audiovizualno djelo, audiovizualnu komercijalnu komunikaciju, djelo koje promiče nasilje, rasizam, govor mržnje, ima pornografski sadržaj, promiče ponašanja u suprotnosti s interesima javnog zdravlja, zaštite ljudskih prava, javne sigurnosti, za dnevnu dramu („sapunicu“) te situacijsku komediju („sitcom“).

Podnositelj Zahtjeva stječe pravo na financijski poticaj pod uvjetom da je na dan predaje Zahtjeva osigurao 70% sredstava predviđenih za pokrivanje troškova proizvodnje djela u Hrvatskoj.

Za dobivanje financijskog poticaja priznaju se troškovi za robe i usluge učinjeni u Hrvatskoj u okviru proizvodnje djela. Pravilnik u Dodatku određuje popis priznatih troškova.

Povjerenstvo Centra za poticanje ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela

Povjerenstvo HAVC-a za poticanje ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela čini pet članova - jedan član iz Ministarstva kulture, dva producenta iz Hrvatske udruge producenata, jedan član iz Ministarstva financija i jedan član iz HAVC-a. Članovima Povjerenstva mogu se imenovati zamjenici.

Članove Povjerenstva i njihove zamjenike imenuje i razrješava ministar kulture, na prijedlog tijela iz kojeg dolaze, na razdoblje od dvije godine nakon čega mogu biti ponovno imenovani. Član Povjerenstva ne smije za vrijeme trajanja mandata sudjelovati u razmatranju i odlučivanju o Zahtjevu za djelo čiji je producent, koproducent ili suradnik u proizvodnji te Zahtjeva koji je podnijela pravna osoba u čijoj je vlasničkoj i/ili upravljačkoj strukturi, odnosno čiji je radnik.

Član Povjerenstva koji je u sukobu interesa dužan je obavijestiti HAVC i izuzeti se od razmatranja i odlučivanja o Zahtjevu. U tom slučaju člana Povjerenstva u radu Povjerenstva zamjenjuje njegov zamjenik.

Sjednice se održavaju u HAVC-u prema potrebi, a najmanje jednom svaka tri mjeseca. Na njima Povjerenstvo razmatra Zahtjeve i priloženu dokumentaciju, procjenjuje jesu li ispunjeni uvjeti za dobivanje financijskog poticaja i donosi prijedlog rješenja s obrazloženjem

Okvir 2. Podnošenje Zahtjeva za ostvarivanje prava na financijski poticaj

Podnositelj Zahtjeva obavezan je najkasnije 30 dana prije početka snimanja djela u Hrvatskoj ili prve animacije (u slučaju animiranog filma), dostaviti Povjerenstvu:

1. ispunjeni obrazac Zahtjeva,
2. potvrdu nadležnog tijela o uredno izvršenim obvezama plaćanja javnih davanja,
3. dokaz o javnom prikazivanju djela koje je proizveo tijekom prethodne tri godine u RH:
 - za dugometražni igrani film potrebno je dostaviti potvrdu distributera/kinoprikazivača o prikazivanju i isječak iz dnevnih novina kojim se dokazuje prikazivanje u redovnoj distribuciji ili potvrda nakladnika televizijskog programa na nacionalnoj razini o emitiranju navedenog djela,
 - za animirani, kratkometražni igrani i dokumentarni film dostavlja se dokaz o prikazivanju u okviru programa barem jednog međunarodnog filmskog festivala,
4. scenarij i kratki sadržaj (sinopsis) djela za čiju proizvodnju traži financijski poticaj,
5. cjelokupni proračun (troškovnik) djela za koje se traži poticaj, u slučaju domaće produkcije ili koprodukcije, te međunarodne koprodukcije u kojoj je hrvatska pravna osoba koproducent, ili podatak o visini iznosa cjelokupnog proračuna audiovizualnog djela za koje se traži poticaj, u slučaju izvršenja usluge proizvodnje inozemnog djela,
6. plan financiranja proizvodnje djela u kojem su navedeni svi izvori financiranja (bez obzira jesu li domaći ili inozemni), uključujući točan iznos državnih potpora RH i zemalja članica EU, kao i postotak sudjelovanja svakog pojedinog izvora u cjelokupnom proračunu djela,
7. popis planiranih troškova proizvodnje djela u Hrvatskoj,
8. popis svih autora i djelatnika angažiranih u proizvodnji audiovizualnog djela u Hrvatskoj (Popis ekipe),
9. operativni plan proizvodnje djela u Hrvatskoj,
10. operativni plan proizvodnje djela s konačnim datumom završetka cjelokupne proizvodnje djela,
11. plan priljeva i potrošnje sredstava za proizvodnju djela u Hrvatskoj,
12. dokaz o tome da je osigurano 70% sredstava predviđenih za pokrivanje troškova proizvodnje djela u RH (npr. ugovor, predugovor, pismo namjere s točnim iznosom), te
13. ispunjeni obrazac Kvalifikacijskog testa (iz Dodatka Pravilnika).

Ako se radi o međunarodnoj koprodukciji, domaći koproducent uz Zahtjev mora priložiti i ovjereni preslik predugovora ili ugovora o koprodukciji. U slučaju inozemne produkcije, Izvršitelj usluge proizvodnje inozemnog djela uz Zahtjev prilaže i ovjereni preslik predugovora ili ugovora o suradnji s inozemnim subjektom (tzv. servisni ugovor). Svi se dokumenti moraju predati na hrvatskom jeziku, a predugovor/ugovor na stranom jeziku predaje se u ovjerenom prijevodu na hrvatski jezik.

Ostvarivanje prava na financijski poticaj

HAVC na temelju planiranog proračuna proizvodnje djela i dokumentacije na prijedlog Povjerenstva, donosi rješenje kojim podnositelju Zahtjeva jamči ostvarivanje prava na financijski poticaj u određenom novčanom iznosu. Poticaj se isplaćuje podnositelju Zahtjeva po završetku proizvodnje audiovizualnog djela u Hrvatskoj u okviru osiguranih sredstava namijenjenih mjerama poticaja.

Rješenja o jamstvu donose se po sustavu prednosti prijave (*engl. "first come first served"*, „tko je prvi pristupio, prvi je uslužen“), do iskorištenja godišnjeg iznosa predviđenog u državnom proračunu, s time da se u prvoj polovici svake kalendarske godine ne smije jamčiti više od 50% godišnjih rezerviranih sredstava za poticaje.

Obveze pravne osobe kojoj je izdano rješenje po završetku proizvodnje djela

Nakon završetka proizvodnje djela u Hrvatskoj, pravna osoba kojoj je izdano rješenje dužna je u roku utvrđenom u rješenju dostaviti HAVC-u sljedeću dokumentaciju:

- cjelokupni izračun stvarno učinjenih troškova proizvodnje djela u Hrvatskoj koji je potvrdio ovlašteni revizor registriran u Hrvatskoj, čije usluge plaća podnositelj Zahtjeva,
- preslike dokaza da su uredno izvršene sve obveze plaćanja vezane uz proizvodnju djela u Hrvatskoj, uključujući i obveze plaćanja javnih davanja, koje je potvrdio ovlašteni revizor registriran u Hrvatskoj, čije usluge plaća podnositelj Zahtjeva.

Povjerenstvo utvrđuje jesu li dokazi usklađeni s popisom planiranih troškova proizvodnje djela u Hrvatskoj i ostalom dokumentacijom temeljem koje je podnositelj dobio rješenje.

Pravna osoba kojoj je izdano rješenje dužna je bez odgode izvijestiti HAVC u slučaju da je nakon donošenja rješenja došlo do pomicanja datuma početka snimanja ili izrade prve animacije za više od 30 dana od predviđenog, promjene u podnesenom planu financiranja proizvodnje cjelokupnog djela u kojem su navedeni svi izvori financiranja ili bitnih izmjena pravnog i/ili činjeničnog stanja.

Isplata financijskog poticaja

Sredstva za financijske poticaje rezerviraju se u Državnom proračunu. Namjenska sredstva Ministarstvo kulture doznaju na račun HAVC-a koji obavlja isplatu poticaja na račun podnositelja Zahtjeva kod poslovne banke u Hrvatskoj (pod uvjetom da je podnositelj Zahtjeva ispunio obveze).

Ako se radi o inozemnoj produkciji HAVC obavlja isplatu financijskog poticaja utvrđenog rješenjem na poseban račun podnositelja Zahtjeva kod poslovne banke u Hrvatskoj koji je namjenski otvoren u svrhu proizvodnje djela. U slučaju da je u razdoblju od donošenja rješenja do završetka proizvodnje djela u Hrvatskoj smanjeni stvarno učinjeni troškovi u odnosu na troškove priznate rješenjem, HAVC će prilagoditi isplatu iznosa financijskog poticaja razmjerno smanjenju stvarno učinjenih troškova.

Usklađenost regulative o državnim potporama za audiovizualnu djelatnost s propisima EU i propisima o državnim potporama

Pravila propisana hrvatskim zakonom i podzakonskim propisima usklađena su s pravilima Europske unije o državnim potporama audiovizualnoj djelatnosti. U studenom 2006. Vlada je temeljem Uredbe o državnim potporama (NN 50/06) donijela Odluku o objavljivanju popisa pravila o državnim potporama (NN 121/2006). Navedena su pravila o državnim potporama (koja obuhvaćaju posebne sektore ili reguliraju dodjelu potpora za određene ciljeve) objavljuju u Narodnim novinama. Ta pravila postaju sastavni dio zakonodavnog okvira Republike Hrvatske za ocjenu sukladnosti državnih potpora. Tako je Hrvatska u potpunosti ispunila kriterij usklađenosti zakonodavstva iz područja državnih potpora s onima u Europskoj uniji.

Najvažniji je dokument za reguliranje pravila o državnim potporama kinematografskoj i audiovizualnoj djelatnosti *Cinema Communication - Priopćenje Komisije Vijeću,*

Europskom parlamentu, Gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija o nekim pravnim aspektima u vezi s kinematografskim i ostalim audiovizualnim djelatnostima 52001DC0534, (SL C 43, 16.02.2002., str. 6-17). Važenje te Komunikacije produženo je 2004. dokumentom 52004DC0171, (SL C 123, 30.4.2004, str. 1-7) te ponovo 2007. godine 52007XC0616, (SL C 134, 16.06.2007, str. 5).

Godine 2009., najnovijim produljenjem valjanosti u dokumentu Priopćenje Komisije o kriterijima ocjene državnih potpora sukladno Priopćenju Komisije o određenim pravnim aspektima u vezi s kinematografskom i ostalim audiovizualnim djelatnostima (Priopćenje o kinematografiji) od 26. rujna 2001. godine (52009XC0207(01), SL C 31, 7. 2. 2009., str. 1) najavljeno je stupanje na snagu novih pravila o državnim potporama najkasnije do 31. prosinca 2012.¹¹ Sadržaj navedenih dokumenata prenesen je u Odluci Vlade RH o objavljivanju pravila o državnoj potpori kinematografskoj i ostaloj audiovizualnoj djelatnosti, a u njima se opisuje opća orijentacija Komisije s obzirom na državne potpore kinematografskom sektoru, zatim pitanjima zaštite baštine i iskorištavanja audiovizualnih djela, elektroničkog kina, poreznim pitanjima, klasifikacijom, mjerama poboljšanja distribucije filmova te predviđa daljnje korake.

U Priopćenju se navodi kako je Komisija provela sveobuhvatno istraživanje ekonomskih i kulturoloških učinaka programa potpora za poticanje filmske industrije. Završno izvješće o istraživanju ne može se smatrati konačnim u odnosu na ekonomske ili kulturološke učinke obveza o teritorijalizaciji troškova sadržanih u programima potpora filmskoj industriji. Stoga se preporuča daljnje razmatranje prije predlaganja izmjena postojećeg kriterija za dodjelu državnih potpora sadržanog u Priopćenju o kinematografiji iz 2001. U tom se priopćenju dodjele potpore uvjetuju obvezom trošenja na teritorijalnoj osnovi, u skladu s osnovnim načelima Ugovora. Postojeći kriteriji za ocjenu državnih potpora mogu se za sada nastaviti primjenjivati s ciljem poticanja kulturnog stvaralaštva te će osigurati da potpore koje se dodjeljuju kinematografskoj i ostalim audiovizualnim djelatnostima ne utječu na tržišno natjecanje i trgovinu u mjeri u kojoj bi to bilo u suprotnosti sa zajedničkim interesom. Međutim, trendovi koji su se pojavili od stupanja na snagu Priopćenja o kinematografiji iz 2001. u skoroj će budućnosti nametnuti potrebu dorade opisanih kriterija. Stoga je Komisija odlučila nastaviti primjenjivati postojeće kriterije sve do stupanja na snagu novih pravila o državnim potporama kinematografskoj i ostalim audiovizualnim djelatnostima ili, najkasnije, do 31. prosinca 2012.

Navodi se kako su kinematografija i televizijski programski sadržaji dva najuniverzalnija medija zabavne industrije, sa snažnim učinkom na veliki broj ljudi širom svijeta. Zbog trenutne razine razvoja i posebnih obilježja audiovizualne proizvodnje unutar EZ-a, proizvođačima je teško osigurati dostatnu razinu tržišne potpore kojom bi sklopili financijsku konstrukciju za nastavak proizvodnih projekata. U takvim je uvjetima ključan poticaj država članica audiovizualnoj proizvodnji, kojim se osigurava mogućnost izražavanja njihove izvorne kulture i kreativne sposobnosti, istovremeno odražavajući raznolikost i bogatstvo europske kulture. U Maastrichtskom Ugovoru Zajednica je priznala izuzetnu važnost promicanja kulture u Europskoju uniju i državama članicama, uvrstivši kulturu među politike Zajednice posebno predviđene u Ugovoru o EZ-u. Istovremeno se predviđa nova posebna mogućnost izuzeća od općeg načela

¹¹ Početkom 2013. najavljeno je donošenje pravila u prvom tromjesečju 2013. godine [<http://www.screendaily.com/news/-ec-addresses-cinema-communication-concerns/5049477.article>].

neusklađenosti za potpore koje države članice odobravaju za promicanje kulture. Države članice primjenjuju širok raspon mjera podrške audiovizualnoj proizvodnji filmova i televizijskih programskih sadržaja. Ta se podrška usredotočuje na stvaralačke i proizvodne faze snimanja filmova te se odobrava u obliku subvencija ili povratnih predujmova. Razlozi opravdanosti tih mjera su kulturni i industrijski. Primarni je kulturni cilj osigurati izražavanje nacionalnih i regionalnih kultura i stvaralačkih potencijala pomoću audiovizualnih medija filma i televizije. S druge strane, njihov cilj je i stvaranje kritične mase djelatnosti potrebne za stvaranje dinamike razvoja i učvršćivanja industrije osnivanjem poduzetnika koji dobro posluju i razvojem stalne pričuve ljudskih resursa i iskustva.

Osnovna pravila o državnim potporama iz Ugovora o EZ-u su sljedeća: države članice moraju obavijestiti Komisiju o svim planovima za odobrenje ili izmjenu potpora prije nego stupe na snagu. Zabranjene su potpore koje je odobrila država ili potpore iz državnih resursa koje narušavaju ili prijete narušavanjem tržišnog natjecanja i trgovine među državama članicama. Međutim, *Komisija može izuzeti određene državne potpore od ove zabrane. Jedan od takvih izuzetaka je odredba koja se odnosi na potporu promicanja kulture, ako takva potpora ne utječe na tržišno natjecanje i uvjete trgovanja u mjeri koja je u suprotnosti sa zajedničkim interesima.*

Prilikom ocjenjivanja programa potpora kinematografskoj i TV proizvodnji Komisija mora potvrditi:

- poštuje li program potpore načelo „opće zakonitosti“, tj. Komisija mora potvrditi sadrži li program klauzule koje bi bile u suprotnosti s odredbama Ugovora o EZ-u u područjima koja nisu državne potpore (uključujući porezne odredbe);
- ispunjava li program posebne kriterije usklađenosti za potpore.

Komisija mora, prvo, potvrditi da uvjeti za mogućnost dobivanja programa državne potpore ne sadrže klauzule suprotne odredbama Ugovora o EZ-u u područjima koja nisu državne potpore. Mora osigurati, između ostalog, poštovanje načela iz Ugovora o EZ-u koji zabranjuju diskriminaciju temeljem nacionalnosti, slobode poslovnog nastana, slobodnog kretanja roba i slobode pružanja usluga. Komisija osigurava primjenu tih načela kao i primjenu pravila u području tržišnog natjecanja ako odredbe koje narušavaju ta načela ne mogu biti isključene kod primjene programa. Sukladno navedenim načelima, programi potpora ne smiju:

- rezervirati potporu isključivo za državljane određene zemlje;
- zahtijevati od korisnika da imaju status nacionalnog poduzetnika s poslovnim nastanom sukladnim nacionalnom trgovačkom pravu (poduzetnici koji imaju poslovni nastan u jednoj državi članici, a koji djeluju u drugoj državi članici preko stalne podružnice ili predstavništva moraju imati mogućnost dobivanja potpore);
- zahtjev koji se odnosi na predstavništvo primjenjuje se samo kod plaćanja potpora);
- zahtijevati da se na radnike stranih tvrtki koje pružaju kinematografske usluge primjenjuju nacionalni standardi o radnoj snazi.

Određeni programi potpora kinematografskoj i TV proizvodnji financiraju se parafiskalnim pristojbama. Sukladno politici Komisije prilikom donošenja odluka i sudske prakse EZ-a, kada korist od takvih programa imaju isključivo nacionalni proizvođači ili imaju veću korist od konkurenata u drugim državama članicama, u svrhe

uskladjivanja s Ugovorom, uvozni se proizvodi ne smiju oporezivati, a nacionalna proizvodnja ne smije se oporezivati po nižoj stopi poreza kada se izvozi.

Glede drugog uvjeta, posebni kriteriji na temelju kojih Komisija trenutno ocjenjuje programe potpora kinematografskoj i TV proizvodnji u skladu s izuzećem koje se odnosi na područje kulture su sljedeći:

- Potpora je namijenjena kulturnom proizvodu. Svaka država članica mora osigurati da je sadržaj poticane proizvodnje kulturni sukladno potvrđenim nacionalnim kriterijima (sukladno primjeni načela supsidijarnosti).
- Proizvođaču se mora omogućiti da potroši najmanje 20% filmskog proračuna u drugim državama članicama, a da se zbog toga ne smanji iznos potpore osigurane iz programa. Drugim riječima, Komisija je prihvatila kao kriterij za mogućnost dobivanja potpore teritorijalizaciju u iznosu od najviše 80% proračuna proizvodnje filma ili TV djela koje je primilo potporu.
- Intenzitet potpore, u načelu, mora se ograničiti na 50% proračuna proizvodnje s ciljem poticanja normalnih tržišnih inicijativa svojstvenih tržišnom gospodarstvu te izbjegavanja nadmetanja među državama članicama. To se ograničenje ne odnosi na složene filmove i filmove s niskim proračunom. Komisija smatra da, temeljem načela supsidijarnosti, svaka država članica treba utvrditi definicije „teškog te filma s niskim proračunom“ sukladno nacionalnim parametrima.
- Dodatne potpore za posebne kinematografske djelatnosti (npr. post-proizvodnja) nisu dozvoljene kako bi se osigurala potpora čiji je učinak neutralan poticaj te izbjegla zaštita/privlačenje tih posebnih djelatnosti u/prema državi članici koja odobrava potporu.

Usklađenost poticaja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela sa Zakonom o državnim potporama i odobrenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja

U veljači 2012. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja razmatrala je odredbe Pravilnika o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela temeljem prijedloga za odobrenje državne potpore Ministarstva kulture i svoje zaključke iznijela u Rješenju¹².

Agencija u postupku je primijenila Zakon o državnim potporama (NN 140/05, 49/11) i Uredbu o državnim potporama (NN 50/06) koja upućuje na pravila iznesena u Odluci o objavljivanju pravila o državnoj potpori kinematografskoj i ostaloj audiovizualnoj djelatnosti. *Agencija je odobrila državnu potporu za audiovizualne djelatnosti u ukupnom iznosu od 40 milijuna kuna za razdoblje od dvije godine (2012. i 2013.) koju je ovlašten davati HAVC u intenzitetu od 20% opravdanih troškova proizvodnje pojedinog audiovizualnog djela nastalog u Hrvatskoj. Ta državna potpora ima oblik subvencije, a ovlaštenje za korištenje imaju poduzetnici registrirani za proizvodnju audiovizualnih djela u Hrvatskoj.*

Od primanja potpore isključeni su poduzetnici u teškoćama, u stečaju ili likvidaciji, poduzetnici koji moraju vratiti nezakonite državne potpore te koji nisu ispunili zakonske obveze prema tijelima RH.

Iako Zakon o državnim potporama propisuje opću zabranu dodjele državnih potpora koje narušavaju ili bi mogle narušiti tržišno natjecanje davanjem povlastica na tržištu

¹² Rješenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja od 14. veljače 2012., Klasa: UP/I 430-01/11-03/0002, Urbroj: 580-03/12-43-07.

korisniku državne potpore u mjeri u kojoj to može utjecati na ispunjenje međunarodno preuzetih obveza Hrvatske, predviđeno je izuzeće od opće zabrane, konkretno za državne potpore namijenjene promicanju kulture i zaštiti baštine.

Budući da se radi o državnoj potpori u obliku subvencije za poticanje audiovizualne djelatnosti, bilo je bitno utvrditi da je državna potpora u skladu s odredbama Odluke o potpori kinematografskoj i ostaloj audiovizualnoj djelatnosti koje se odnose na kulturni sadržaj, teritorijalnost, intenzitet potpore odnosno dodatne potpore za kinematografske djelatnosti. Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja utvrdilo je da je:

- državna potpora namijenjena kulturnom proizvodu koji se vrednuje temeljem Kvalifikacijskog testa,
- dopušteno trošenje najmanje 20% filmskog proračuna i u drugim državama članicama EU,
- određen je intenzitet od 20% opravdanih troškova pojedinog audiovizualnog djela nastalog u Hrvatskoj, a za posebne kinematografske djelatnosti nisu predviđene dodatne potpore.

Prema navedenom, Pravilnik predstavlja program državne potpore te se na državnu potporu za poticanje proizvodnje audiovizualnih djela u obliku subvencije u iznosu do 20% opravdanih troškova nastalih u Hrvatskoj *može primijeniti izuzeće iz Zakona o državnim potporama.*

3.3. Zakonodavstvo EU o državnim potporama audiovizualnoj djelatnosti

Ugovor o funkcioniranju Europske unije u članku 107. stavku 3. točki (d) određuje kako se određene vrste potpora mogu smatrati spojivima s unutarnjim tržištem, a između ostalima navodi *potpore za promicanje kulture i očuvanje baštine ako takve potpore ne utječu na trgovinske uvjete i tržišno natjecanje u Uniji u mjeri u kojoj bi to bilo suprotno zajedničkom interesu.* Ta su pravila prvi puta uvedena Ugovorom o Europskoj uniji iz Maastrichta 1992. Detaljnija pravila o državnim potporama navedena su u tzv. *Cinema Communicationu 2001.*, kojemu je više puta produljivan rok primjene (2004., 2007. i 2009. godine) te kojim Europska komisija odobrava nacionalne, regionalne i lokalne sustave potpora filmu sukladno pravilima EU o državnim potporama.

Priopćenje određuje kriterije koji se moraju poštovati prilikom donošenja odredbi o državnim potporama audiovizualnom sektoru.

Propisano je kako potpora, osim što mora biti u suglasnosti s odredbama Ugovora o EU, mora biti namijenjena kulturnom projektu, producent mora slobodno raspolagati s najmanje 20% proračuna produkcije u ostalim državama članicama bez posljedica u obliku smanjenja potpore, intenzitet potpore mora biti ograničen na 50% proračuna produkcije (osim za teško ili zahtjevno audiovizualno djelo te djelo niskog proračuna) te dodatne potpore za posebne kinematografske djelatnosti nisu dozvoljene.

Procjenjuje se kako države članice EU podupiru filmsku industriju s oko 2,3 milijarde eura godišnje, od čega 1,3 milijarde putem darovnica i povoljnih zajmova te 1 milijardu putem poreznih poticaja. Najveće iznose izdvajaju Francuska, UK, Njemačka, Italija i Španjolska.

U tablicama 2 i 3 prikaz je financiranja filmske i audiovizualne industrije u starim i novim državama članicama EU. Podaci se temelje na studiji koja se bavi teritorijalizacijom. Pojam teritorijalizacija odnosi se na uvjete koji određuju da, u zamjenu za državnu potporu koja se odobrava temeljem sustava financiranja, dio te potpore ili proračuna filma mora biti potrošen na području gdje je sustav financiranja ugovoren, na području koje se financira porezima ili drugim javnim resursima ili na području na kojemu se treba postići određeni cilj kulturne ili gospodarske politike povezan s filmom ili audiovizualnom produkcijom. Mjera teritorijalizacije temeljem zakonske procjene može biti:

- visoka (na određenom se području mora potrošiti 80-100% proračuna - svota veća od svote dodijeljene državne potpore),
- umjerena (na tom se području mora potrošiti 20-80 % proračuna - ista ili manja svota od državne potpore) i
- teritorijalizacija nije značajna (ne primjenjuju se uvjeti o teritorijalizaciji) manje od 5% iznosa proračuna produkcije podložno teritorijalizaciji.

Tablica 2. *Financiranje audiovizualne djelatnosti u državama EU-15 u 2004.*

Država članica	Broj fondova s proračunom većim od milijun EUR	Proračuni fondova, u milijunima EUR	Kategorija teritorijalizacije (%)	Dodatne informacije
Austrija	5	27,7	umjerena (29)	Kako bi se film smatrao austrijskim, snimanje mora biti obavljeno u Austriji. Ne postoje odredbe o obvezi potrošnje dijela proračuna u Austriji.
Belgija	3	24,1	umjerena (29)	Prema odredbama o nacionalnoj certifikaciji film mora biti sniman u Belgiji.
Danska	3	35,9	nije značajna (5)	Kako bi se film smatrao danskim, mora biti na danskom ili sadržavati prikaze Danske. Dva fonda postavljaju zahtjev za 50% odnosno 100% teritorijalizacije, no njihov udio u ukupnom proračunu nije značajan.
Finska	2	14,0	nije značajna (0)	
Francuska	14	512,1	visoka (80)	Sustav odbitka poreza odnosi se na 20% priznatih troškova produkcije, a ti troškovi ne mogu iznositi više od 80% ukupnog proračuna produkcije.
Grčka	1	6,0	umjerena (29)	Certifikacija se temelji na sustavu bodova i često obuhvaća značajan udio snimanja u Grčkoj.
Irska	2	69,5	umjerena (49)	Snimanje se mora u cijelosti ili većinom obaviti u Irskoj. Potrošeni iznos u Irskoj mora biti jednak iznosu koji je prikupljen prema sustavu poreznih poticaja.
Italija	1	90,0	umjerena (30)	30% proračuna filma mora se potrošiti u Italiji.

Država članica	Broj fondova s proračunom većim od milijun EUR	Proračuni fondova, u milijunima EUR	Kategorija teritorijalizacije (%)	Dodatne informacije
Luksemburg	1	3,9	umjerena (45)	Sustav se temelji na poreznim poticajima, poticaji su proporcionalni iznosu potrošenom u Luksemburgu. Većina produkcije mora se obaviti u Luksemburgu.
Nizozemska	5	40,3	umjerena (41)	Više od 50% troškova mora nastati u Nizozemskoj. Jedan fond određuje kako 200% potpore mora biti potrošeno u Rotterdamu, a 150% ako se radi o koprodukciji. Ostali fondovi ne propisuju pravila o trošenju.
Njemačka	11	203,2	umjerena (55)	
Portugal	1	17,8	umjerena (34)	Primjenjuje se pravilo da barem 50% tehničara, stručnog osoblja, scenarista i glumaca mora biti iz Portugala, kao i da se 50% vremena produkcije i snimanja mora odvijati u Portugalu.
Španjolska	8	71,9	umjerena (41)	Kako bi se film smatrao španjolskim mora biti sniman na jednom od 4 službena jezika Španjolske, na teritoriju Španjolske te većina ekipe mora biti iz Španjolske ili iz država članica EU.
Švedska	4	55,8	nije značajna (3)	Ukoliko je dio filma sniman u određenim regijama, jedan od fondova može dodijeliti do 20% proračuna filma. Ta je darovnica 100% teritorijalizirana.
Ujedinjeno Kraljevstvo	14	118,3	umjerena (32)	Kako bi film bio smatran britanskim, 70% troškova produkcije mora biti potrošeno na djelatnosti izrade filma u UK.

Izvor: Study on the Economic and Cultural Impact, notably on Co-productions, of Territorialisation Clauses of state aid Schemes for Films and Audiovisual Productions

Najviše fondova s proračunom većim od milijun eura je u Francuskoj i UK te Njemačkoj. Najveća sredstva izdvaja Francuska u iznosu od čak 512 milijuna eura, slijedi Njemačka s proračunom od 203 milijuna te UK s izdvajanjima za audiovizualnu djelatnost u iznosu od 118 milijuna eura. Svaki fond propisuje svoja pravila pa tako unutar jedne države može postojati više fondova koji dodjeljuju sredstva prema različitim pravilima i sustavima. U istraživanjima se velik naglasak stavlja na raspodjelu novca između država, tj. pravila o teritorijalizaciji. Francuska, čiji se sustav temelji na poreznom odbitku, propisuje visoku kategoriju teritorijalizacije.

S druge strane, Češka, Cipar, Danska, Finska, Latvija, Litva, Malta, Slovačka i Švedska propisuju manje stroga pravila o trošenju sredstava u drugim državama. Države također propisuju različita pravila o lokacijama na kojima se filmovi snimaju i jezicima koji se koriste, prema čemu se određuje pripadnost filma državnoj kinematografiji.

Filmski je sektor jedan od najvažnijih sektora u području kulture jer istovremeno stvara ekonomsku i kulturnu vrijednost. U Europi se potpore audiovizualnoj djelatnosti raspodjeljuju putem nacionalnih fondova i sustava potpora. Brojem fondova prednjači Francuska (48), kao i iznosom koji izdvaja (581,2 milijuna eura). S druge strane, najmanje sredstava za AV djelatnost izdvaja Rumunjska (0,8 milijuna eura).

Tablica 3. *Financiranje audiovizualne djelatnosti u državama EU-12 u 2004.*

Država članica	Broj fondova s proračunom većim od milijun EUR,	Proračuni fondova, u milijunima EUR	Kategorija teritorijalizacije, (%)	Dodatne informacije
Cipar	1	1,0	nije značajna (0)	
Češka	1	1,9	nije značajna (0)	
Estonija	2	3,2	umjerena (55)	
Latvija	1	1,1	nije značajna (0)	
Litva	1	1,1	nije značajna (0)	
Mađarska	3	19,9	niska (14)	Vlasti mogu dozvoliti da se 60% potpore potroši u drugim državama.
Malta	0	0,0	nije značajna (0)	S ciljem razvoja AV industrije, primatelj sredstava mora sredstva potrošiti na području Malte, no iznos nije kvantificiran.
Poljska	1	3,5	umjerena (38)	Ugovorom se može predvidjeti da do 80% potpore mora biti potrošeno u poljskoj za produkciju filma.
Slovačka	0	0,0	nije značajna (0)	
Slovenija	1	2,3	umjerena (29)	100% državne potpore mora se potrošiti u Sloveniji, ukoliko je to moguće.

Izvor: Study on the Economic and Cultural Impact, notably on Co-productions, of Territorialisation Clauses of state aid Schemes for Films and Audiovisual Productions

4. GOSPODARSKI UČINCI AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI

Tržište audiovizualne djelatnosti (naročito filmske industrije) pod stalnim je utjecajem tehnoloških promjena i inovacija, razvoja tržišta i novih proizvoda, digitalizacije, ali i javnih politika. Svi ti čimbenici na različit način utječu na razvoj i ulogu filmske industrije u gospodarstvu i društvu. Simon (2012) navodi bitna ekonomska obilježja filmske industrije:

- prototipska industrija s visokim troškovima proizvodnje i relativno niskim troškovima reprodukcije;
- cijena često ne odražava kvalitetu i troškove;
- industrija s nesigurnom potražnjom (engl. *hit-driven industry*);
- filmovi su nečista javna dobra jer su nekonkurentni u potrošnji (gledanje filmova ne narušava njihovu kvalitetu), ali su najčešće isključivi (prikazivanje filmova se naplaćuje ili kroz prodaju ulaznica za kino-projekcije ili kroz cijenu medija za kućnu reprodukciju).

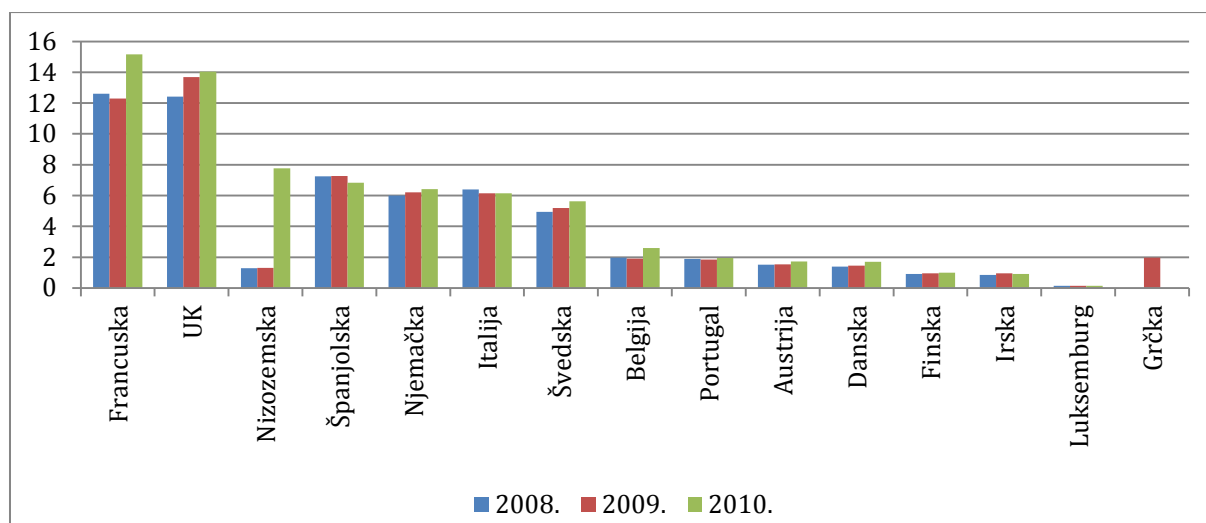
U nastavku se na temelju primarnih i sekundarnih publikacija pruža pregled glavnih pokazatelja poslovanja filmske industrije u Europi (s posebnim naglaskom na zemlje EU) radi utvrđivanja pozicije Hrvatske filmske industrije u europskom audiovizualnom prostoru.

U analizama su korišteni podaci Eurostat-a o audiovizualnoj djelatnosti prema ISIC Rev 4 klasifikaciji (engl. *International Standard Industrial Classification, Revision 4*). Točnije, podaci se odnose na djelatnost 591 – djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program (engl. *motion picture, video and television programme activities*).

Radi preglednosti zasebno su analizirane dvije skupine zemalja. U prvoj skupini se nalaze EU 15 zemlje čiji se obuhvat proširen odabranim zemljama sličnog stupnja razvijenosti, a druga su EU 12 zemlje i Hrvatskau (u nastavku se često zbog jednostavnosti navodi EU 13) također uz moguće proširenje odabranim tranzicijskim zemljama.

Veličina pojedinog sektora često se mjeri brojem poduzeća. Broj poduzeća je broj registriranih pravnih i fizičkih osoba koje su bile aktivne u pojedinom izvještajnom razdoblju ili u dijelu tog razdoblja (DZS, 2012). U zemljama EU 15 ukupan broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i TV rastao je sa 60 na gotovo 72 tisuće (grafikon 8).

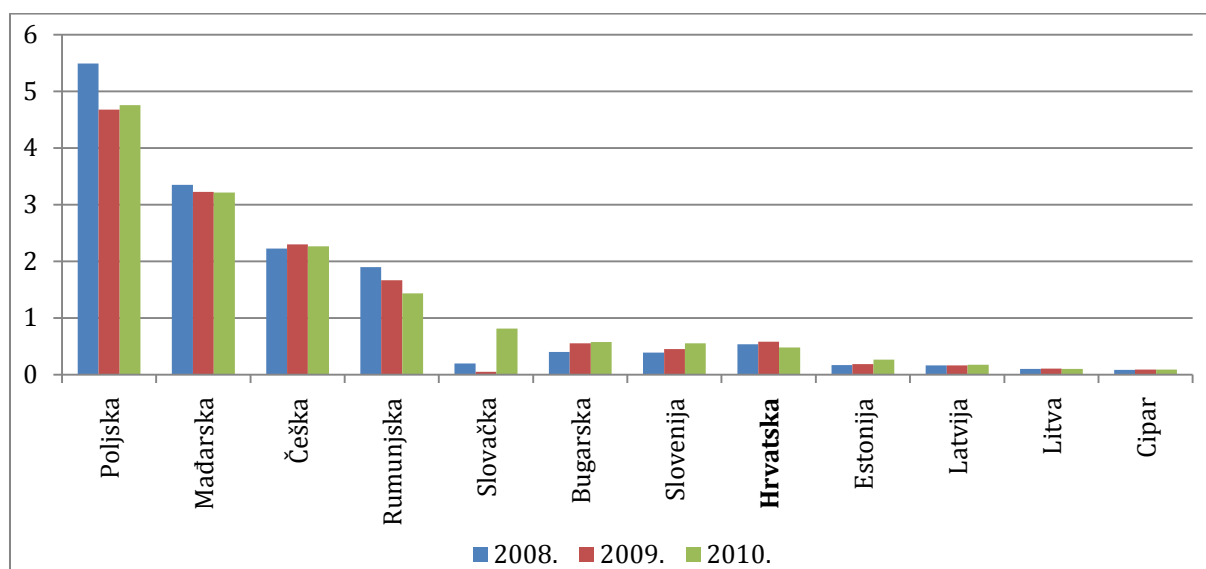
Najveći broj poduzeća u tom sektoru imaju Francuska i UK (u cijelom razdoblju imaju više od 10 tisuća poduzeća), a prilično velik broj poduzeća u audiovizualnoj industriji imaju i Španjolska, Italija, Njemačka, Švedska i Nizozemska (koja bilježi iznimno veliki rast u 2010.).

Grafikon 8. Broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u tis.)

Napomena: Podaci za Grčku u 2008. i 2010. godini nisu dostupni.

Izvor: Eurostat

Na razini zemalja EU 13 (EU 12 + Hrvatska) taj broj je znatno niži. Tako je u od 2008. do 2010. bilo oko 14 do 15 tisuća registriranih poduzeća (grafikon 9). Najviše poduzeća u audiovizualnoj industriji ima Poljska (preko 5 tisuća), a slijedi Mađarska (više od 3 tisuće), Češka (više od 2 tisuće) i Rumunjska (više od tisuću).

Grafikon 9. Broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u tis.)

Napomena: Podaci za Maltu nisu dostupni.

Izvor: Eurostat

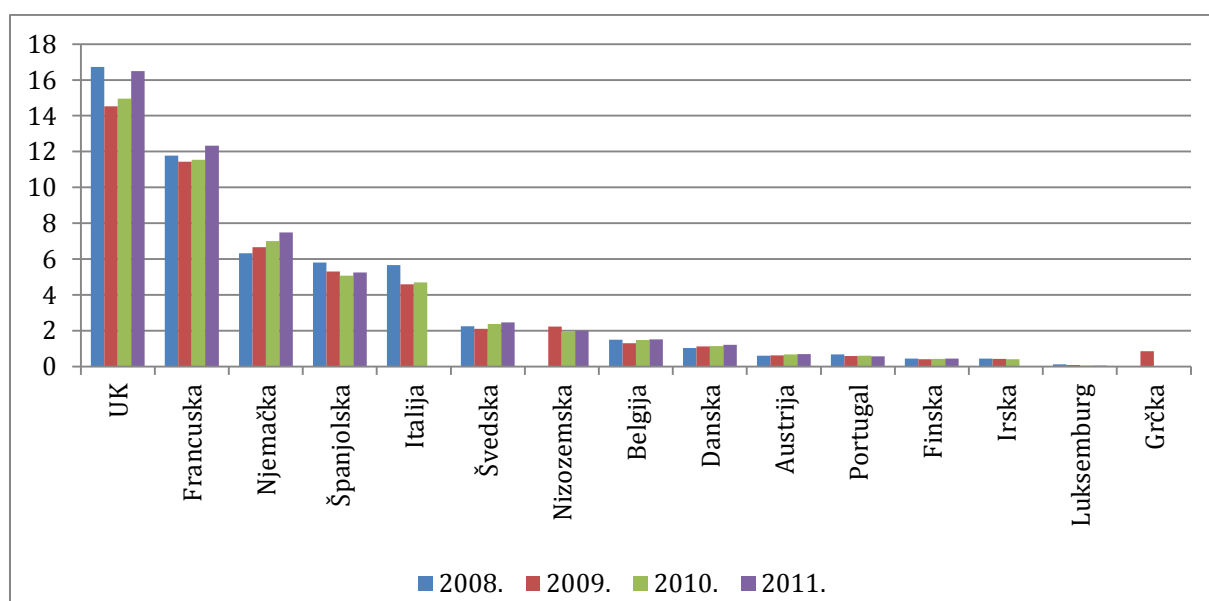
Broj poduzeća u AV sektoru u Hrvatskoj kretao se u rasponu od 478 do 579 i najveći rast zabilježen je 2009. U 2010. značajno se smanjuje broj poduzeća u AV sektoru vjerojatno zbog financijske krize i općenito slabe gospodarske situacije. Unatoč tome, broj poduzeća u hrvatskom AV sektoru veći je nego u Cipru, Estoniji, Latviji, Litvi i Sloveniji. U Slovačkoj (slično kao i u Nizozemskoj) broj poduzeća u AV sektoru raste u 2010.

Pored broja poduzeća kao pokazatelj veličine i gospodarskog značaja AV sektora korisno je analizirati ukupan ostvareni godišnji promet poduzeća. Pod prometima se definiraju obračunati prihodi od prodaje proizvoda, roba i usluga trećim stranama, bez odbitka PDV-a, od kojeg su isključeni financijski, ostali i izvanredni prihodi (DZS, 2012). Male vrijednosti ostvarenog prometa i velik broj poduzeća koja posluju u AV sektoru mogu ukazati na velik broj relativno malih poduzeća u sektoru.

Analize se temelje na podacima poduzećima (591 prema ISIC Rev 4) koja posluju u AV sektoru (produkcija, post-produkcija, distribucija, projekcija).

Ukupan promet poduzeća u AV sektoru zemalja EU 15 kretao se u rasponu od 50,5 do 53,4 mlrd. eura (grafikon 10).

Grafikon 10. Ukupan promet poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011. (u mlrd. eura)



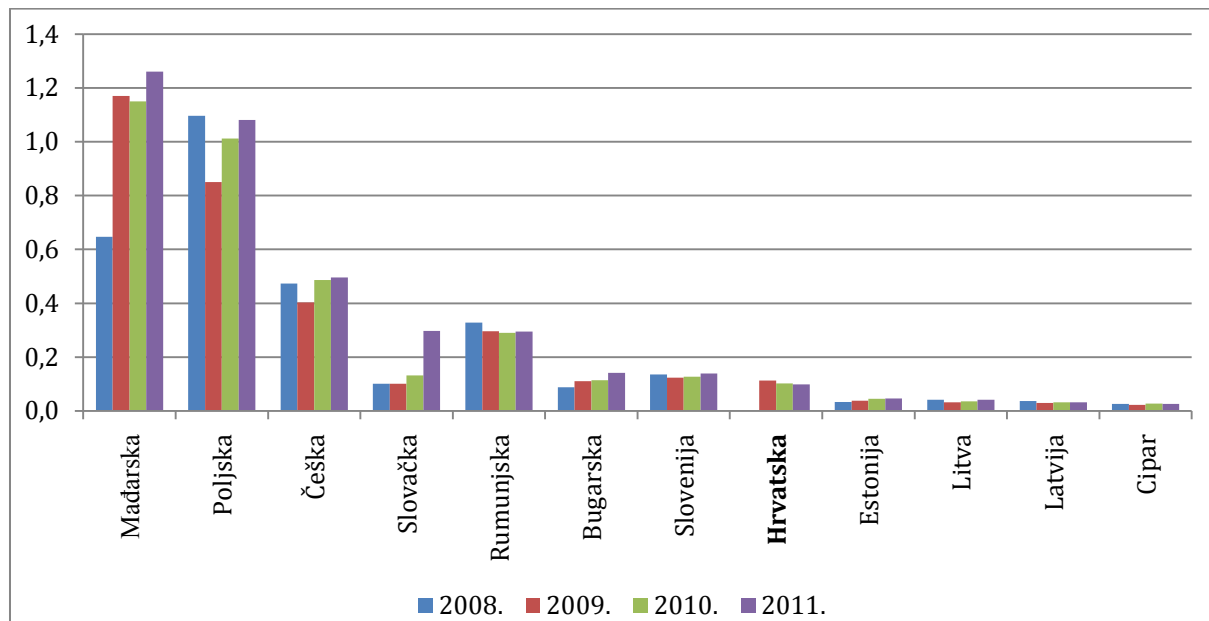
Napomena: Nisu dostupni podaci za Grčku (2008., 2010. i 2011.), Irsku (2011.), Italiju (2011.) i Nizozemsku (2008.).

Izvor: Eurostat

Najveći promet ostvaren je u UK i Francuskoj, a značaj promet ostvaren je u Njemačkoj, Španjolskoj, Italiji i Švedskoj. To je u skladu s veličinom AV sektora pojedinih zemalja procijenjenog na temelju broja poduzeća. Ipak, povećanje broja poduzeća u Nizozemskoj 2010. nije utjecalo na rast prometa u AV sektoru. Najmanji promet bilježi Luksemburg.

Audiovizualna djelatnost u zemljama EU 12 i Hrvatskoj znatno je nerazvijenija nego u EU 15. Međutim, zamjetan je rast ostvarenog prometa s 3 mlrd. u 2008. na 4 mlrd. eura u 2011 (grafikon 11). Tome rastu ukupnog prometa najviše pridonosi porast prometa AV sektora u Mađarskoj u iznosu od 600 milijuna eura. Mađarska je ujedno i nova zemlja članica EU s najvećim prometom, a slijedi ju Poljska te u manjoj mjeri Češka, Rumunjska i Slovačka. Ostale zemlje ostvaruju godišnji promet u AV industriji manji od 200 milijuna eura. Vrijednosti prometa u Hrvatskoj relativno su niske u odnosu na većinu EU zemalja. Nešto niži promet od Hrvatske ostvaruju samo Cipar, Estonija, Latvija i Litva.

Grafikon 11. Ukupan promet poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2011. (u mlrd. eura)



Napomena: Nisu dostupni podaci za Maltu i Hrvatsku (2008.)

Izvor: Eurostat

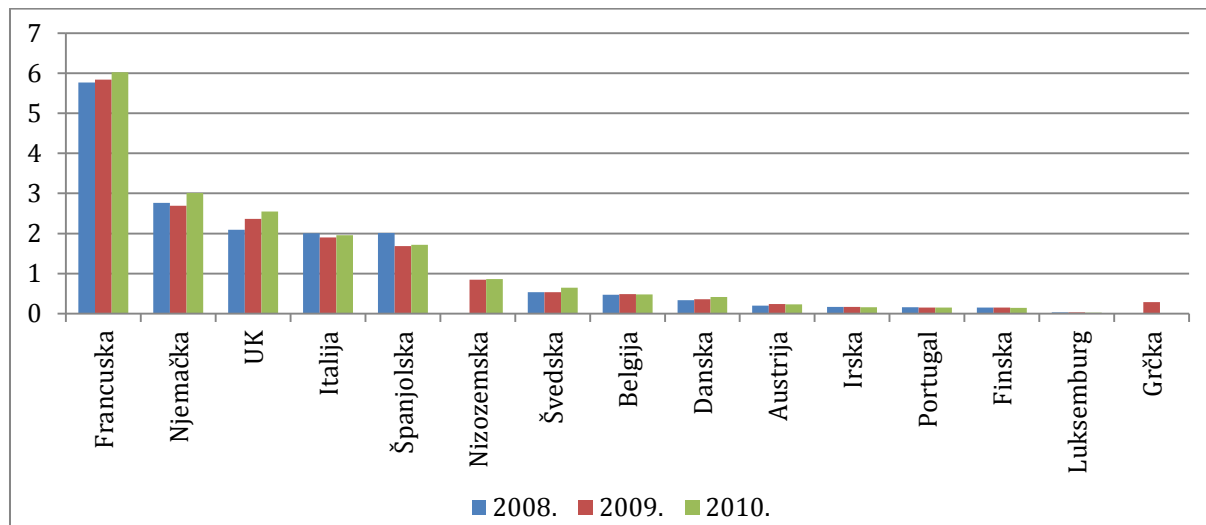
Nakon procjene veličine AV sektora u zemljama članicama EU, procijenit će se i produktivnost poduzeća na temelju ostvarene dodane vrijednosti (vrijednost koju poduzeće dodaje iz vlastitih kapaciteta). Dodana vrijednost računa se oduzimanjem troškova kupljenih dobara i usluga od vrijednosti prodaje.

Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika je bruto zarada od poslovnih aktivnosti poduzeća prilagođena za operativne subvencije i indirektnu poreze. U odnosu na novostvorenu vrijednost koja ne uključuje amortizaciju (od bruto zarade oduzima se i trošak amortizacije), dodana vrijednost tretira amortizaciju kao vrijednost dodanu iz vlastitih kapaciteta te se računa u bruto izrazu (bez oduzimanja amortizacije). Financijski prihodi i rashodi isključeni su iz obračuna dodane vrijednosti.

Ukupna dodana vrijednost zemalja EU 15 (uz ograničenja navedena u napomeni - grafikon 12) raste i kreće se u rasponu od 16,7 mlrd. u 2008. do 18,4 mlrd. eura u 2010. Najveću dodanu vrijednost ostvaruje Francuska koja godišnje ostvari trećinu dodane vrijednosti zemalja EU 15. Daleko iza Francuske su zemlje koje ostvaruju dodanu vrijednost veću od 1 mlrd. eura. To su Italija, Njemačka, Španjolska i UK.

Ostale stare zemlje članice EU ostvaruju nižu dodanu vrijednost (manje od 1 mlrd. eura). Treba istaknuti kako je dodana vrijednost u biti apsolutni pokazatelj (iako se izračunava sučeljavanjem određenih stavki, njegova vrijednost je apsolutna). Međutim, ponekad usporedba dodanih vrijednosti može biti vrlo relevantna i korisna. Primjerice, razina prometa u UK je znatno viša nego u Francuskoj, a Francuska je usprkos tome ostvarila neusporedivo veću dodanu vrijednost. To znači da je AV sektor u Francuskoj daleko produktivniji od AV sektora u UK.

Grafikon 12. Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u mlrd. eura)

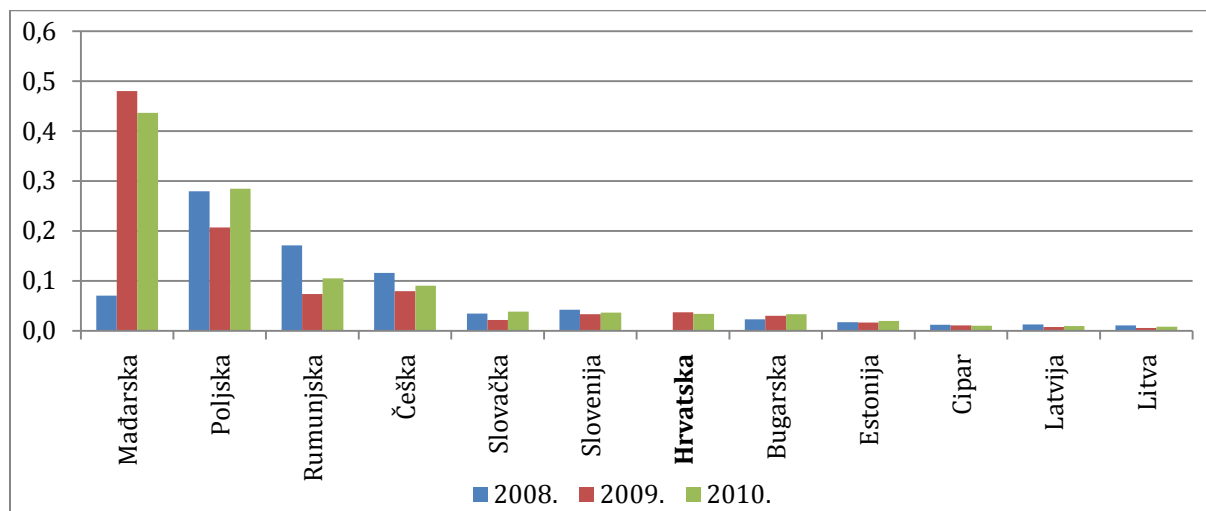


Napomena: Nisu dostupni podaci za Grčku (2008. i 2010.) i Nizozemsku (2008.).

Izvor: Eurostat

Na razini EU 12 zemalja i Hrvatske od 2008. do 2010. ukupna (kumulativna) dodana vrijednost (uz uvažavanje ograničenja navedenih ispod grafikona 6) kretala se u rasponu od 0,8 do 1,1 mlrd. eura. Najveću dodanu vrijednost u promatranom razdoblju ostvaruje Mađarska, a slijedi Poljska, Rumunjska i Češka. Ostale zemlje imaju znatno niže razine dodane vrijednosti. U Mađarskoj raste dodane vrijednosti u 2009. što je u skladu s porastom prometa. Tako je u Mađarskoj rast prometa od 523 milijuna eura bio je popraćen rastom dodane vrijednosti od 410 milijuna eura. To znači da je rast vrijednosti prometa uglavnom uzrokovan rastom produktivnosti te povećanjem vrijednosti proizvoda iskorištavanjem vlastitih kapaciteta.

Grafikon 13. Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u mlrd. eura)



Napomena: Nedostaju podaci za Hrvatsku (2008.) i Maltu.

Izvor: Eurostat

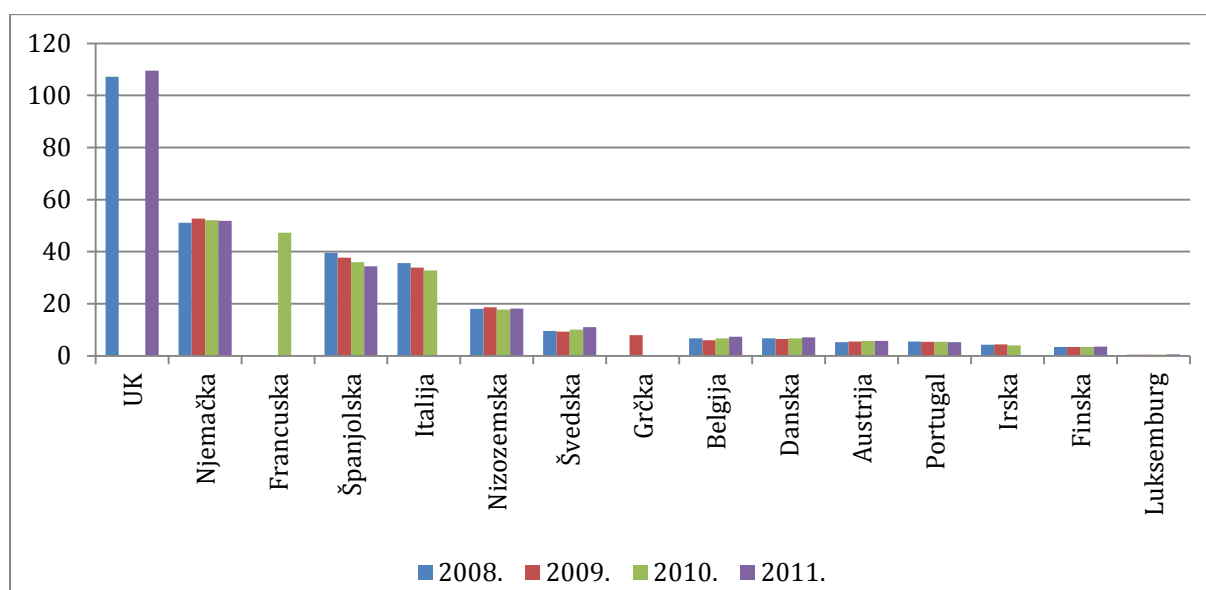
Hrvatska se po visini dodane vrijednosti nalazi u grupi zemalja koju predvodi Cipar, Estonija, Latvija i Litva i Bugarska.

Za dobivanje potpunijeg uvida u veličinu AV sektora pojedinih zemalja korisno je analizirati i kretanje broja zaposlenih. Broj zaposlenih osoba je ukupan broj osoba koje rade u poduzeću (uključujući vlasnike koji rade, ortake koji redovito rade u jedinici, neplaćene obiteljske radnike i volontere) te osobe koje rade izvan poduzeća kojem pripadaju, a koje ih plaća (DZS, 2012).

Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti u AV sektoru u zemljama EU 15 kreće se u rasponu od 192 do 293 tisuće (kada bi podaci o broju zaposlenih u AV sektoru svih zemalja bile dostupne, broj zaposlenih kretao bi se na razini od oko 330 tisuća). Najveći broj zaposlenih u AV sektoru (preko 100 tisuća ljudi) ima UK, slijedi Njemačka s više od 50 tisuća zaposlenika. Francuska, Italija i Španjolska imaju između 20 i 50 tisuća, a ostale EU 15 zemlje imaju daleko manji broj zaposlenika.

Usporedbom broja zaposlenih (grafikon 14) i broja poduzeća (grafikon 8) koja obavljaju djelatnosti povezane s AV industrijom pojedinih zemalja ukazuju na veličinu tih poduzeća.

Grafikon 14. Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011. (u tis.)



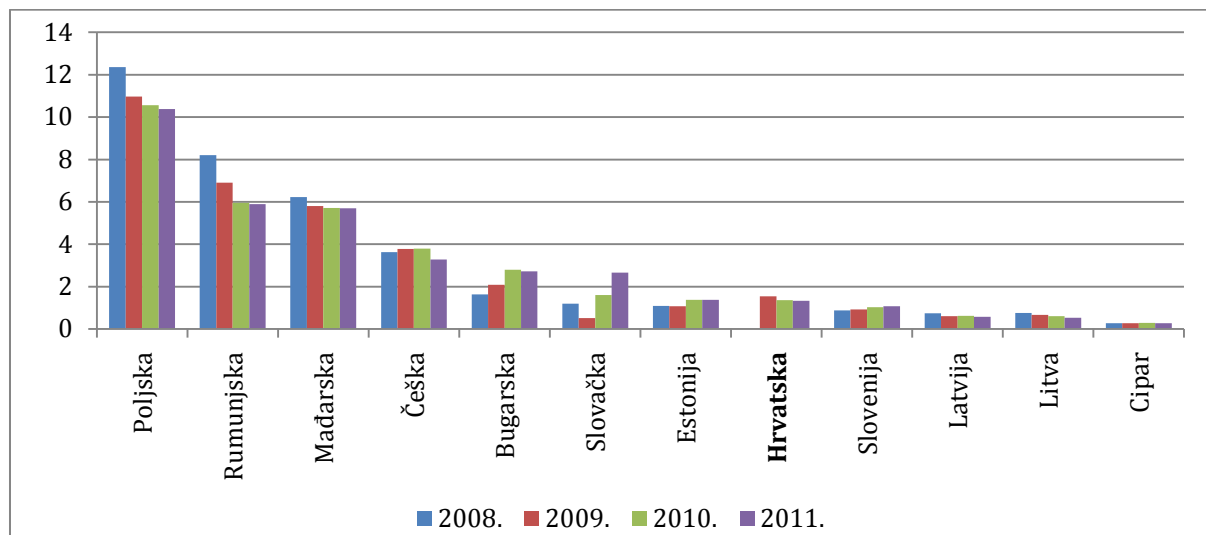
Napomena: Nedostaju podaci za Francusku (2008., 2009. i 2011.), Grčku (2008., 2010. i 2011.), Irsku (2011.), Italiju (2011.) i UK (2009. i 2010.).

Izvor: Eurostat

U zemljama EU 12 i Hrvatskoj broj je zaposlenih u AV sektoru znatno niži. Ukupan broj zaposlenika kretao se (uz ograničenja navedena ispod grafikona 8) u rasponu od 35 do 37 tisuća. Najveći broj zaposlenika u AV sektoru ima Poljska (preko 10 tisuća) slijede Rumunjska, Mađarska, Češka, Bugarska i Slovačka.

Hrvatska u AV sektoru prosječno zapošljava nešto više od 1.400 ljudi. To je relativno malo u usporedbi s zemljama članicama EU, i tek nešto više nego u Cipru, Latviji, Litvi i Sloveniji.

Grafikon 15. Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2011. (u tis.)

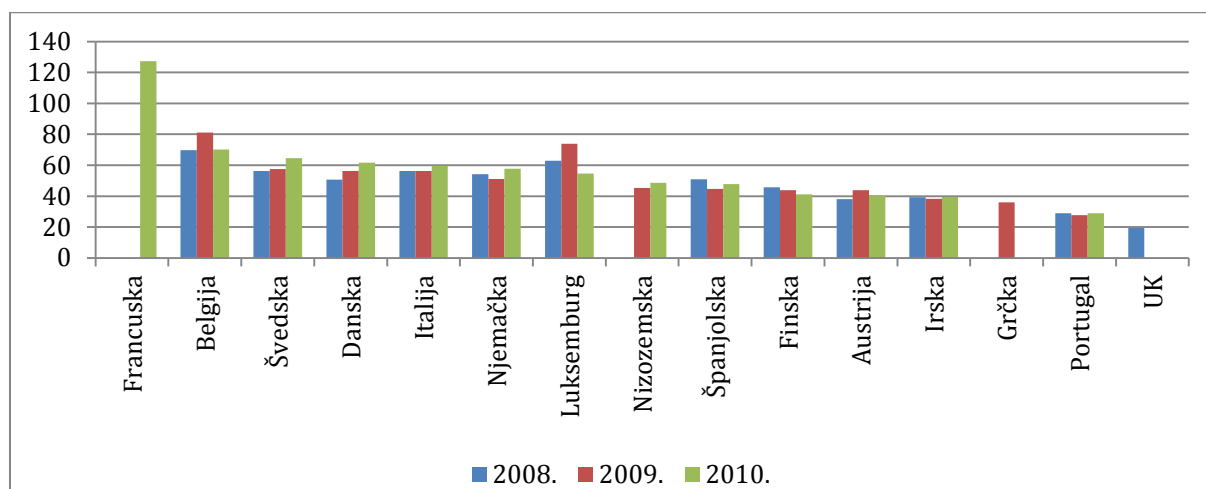


Napomena: Nedostaju podaci za Hrvatsku (2008.) i Maltu.

Izvor: Eurostat

Kao jednom od mjera za praćenje gospodarske učinkovitosti strukturne poslovne statistike koriste se tzv. *prividnom proizvodnosti rada*, uzimajući u obzir da proizvodnost u cjelini ovisi i o ostalim čimbenicima proizvodnje, kao i o načinu njihove interakcije. *Prividna proizvodnost rada* je dodana vrijednost generirana po zaposlenoj osobi (DZS, 2012).

Grafikon 16. Prividna proizvodnost rada u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u tis. eura po zaposlenoj osobi)



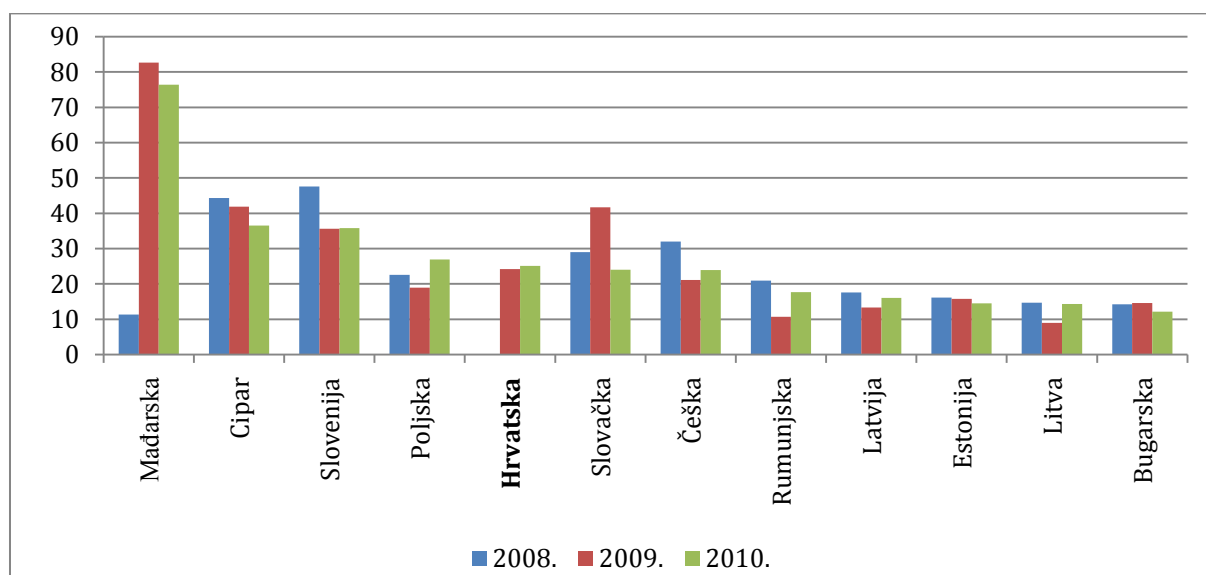
Napomena: Nedostaju podaci za Francusku (2008. i 2009.), Grčku (2008. i 2010.), Nizozemsku (2008.) i UK (2009. i 2010.).

Izvor: Eurostat

Taj je pokazatelj veći kod kapitalno intenzivnih djelatnosti (primjerice rudarstva i opskrbe energijom), a najmanji kod određenih uslužnih djelatnosti poput ugostiteljstva (DZS, 2012).

Prosječna vrijednost prividne proizvodnosti rada u AV sektoru zemalja EU 15 porasla je s 47,7 tisuća u 2008. na 57,1 tisuća eura po zaposlenom u 2010. (grafikon 17). Najveću prividnu proizvodnost rada ima Francuska (preko 120 tisuća eura po zaposlenom), a najnižu UK (ispod 20 tisuća eura po zaposlenom). Ostale zemlje imaju prividnu proizvodnost rada u rasponu od 20 do 80 tisuća eura po zaposlenom.

Grafikon 17. Prividna proizvodnost rada u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. godine (u tis. eura po zaposlenoj osobi)



Napomena: Nedostaju podaci za Hrvatsku (2008.) i Maltu.

Izvor: Eurostat

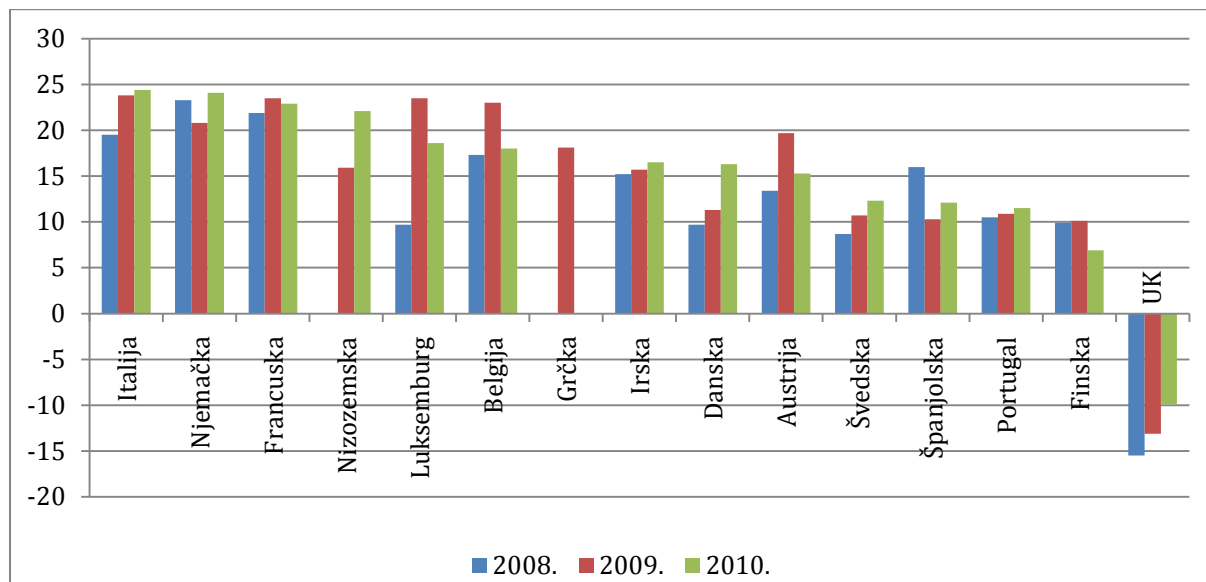
Prividna proizvodnost rada u EU 12 i Hrvatskoj znatno je niža nego u EU 15 zemljama (u prosjeku od 24,6 do 27,5 tisuća eura po zaposlenom). Uvjerljivo najvišu prividnu proizvodnost rada ima Mađarska i to posebice u 2009. kada je rasla na više od 80 tisuća eura po zaposleniku (s tek nešto više od 11 tisuća eura po zaposleniku u 2008.). Prilično visokim vrijednostima prividne proizvodnosti rada u AV sektoru ističu se i Cipar i Slovenija koje su prema ostalim promatranim pokazateljima uglavnom bili na dnu ljestvice EU 12 zemalja.

Visoku prividnu proizvodnost rada u AV industriji ima i Hrvatska (oko 25 tisuća eura po zaposlenom). Nižu prividnu proizvodnost rada u 2010. ima čak sedam EU 12 zemalja: Bugarska, Češka, Estonija, Latvija, Litva, Rumunjska i Slovačka.

Na razini nefinancijskoga poslovnog gospodarstva u Hrvatskoj u 2010. je ostvarena prosječna proizvodnost rada od 145,5 tisuća kuna po zaposlenoj osobi (DZS, 2012). Usporedbom te vrijednosti s prividnom proizvodnosti rada u AV industriji, *nameće se zaključak kako je proizvodnost rada u AV industriji u Hrvatskoj natprosječna i bliža kapitalno nego radno intenzivnim djelatnostima.*

Uspješnost i konkurentnost gospodarstva (ili pojedinih gospodarskih sektora) često se mjeri operativnom bruto profitnom stopom. *Operativna bruto profitna stopa se izračunava kao udio bruto poslovnog viška (dodane vrijednosti umanjene za troškove osoblja) u ostvarenom prometu (DZS, 2012.).*

Grafikon 18. Operativna bruto profitna stopa u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008.-2010. (u %)



Napomena: Nedostaju podaci za Grčku (2008. i 2010.) i Nizozemsku (2008.).

Izvor: Eurostat

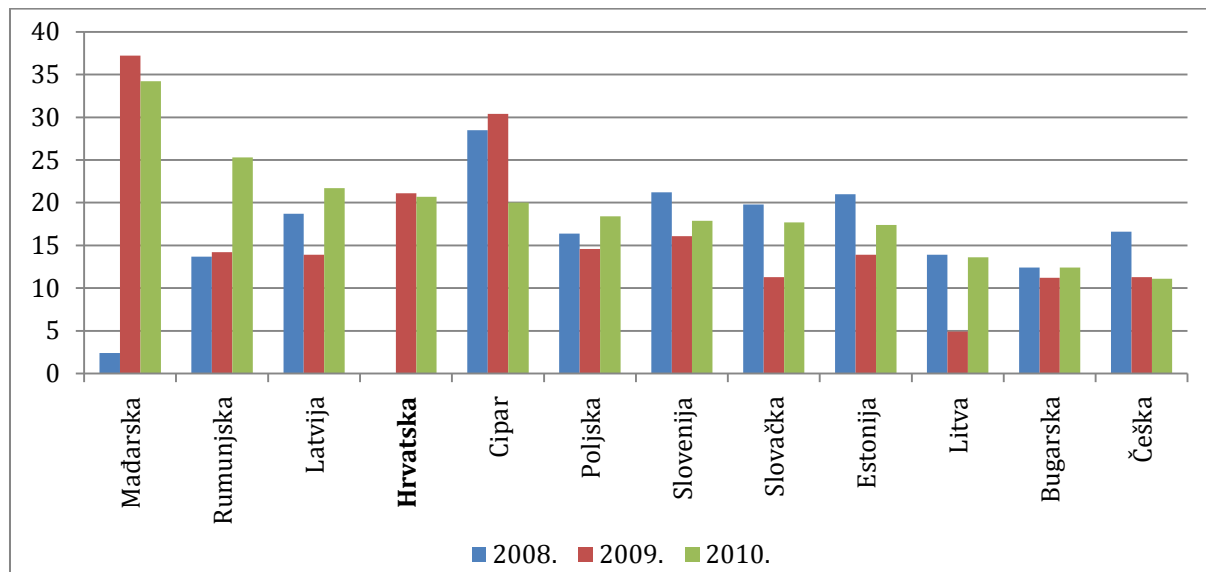
Prosječna operativna bruto profitna stopa u zemljama EU 15 kreće se u rasponu od 12,3% do 15,1%. Vrijednost pokazatelja narušena je negativnim vrijednostima ostvarenim u UK koje su prouzročene negativnim vrijednostima bruto poslovnog viška ostvarenim u toj zemlji. Najviše vrijednosti u 2010. (između 20% i 25%) ostvarile su Francuska, Italija, Nizozemska i Njemačka, a najnižu pozitivnu vrijednost ostvarila je Finska (6,9%).

Operativna bruto profitna stopa u EU 12 zemljama i Hrvatskoj veća je nego u zemljama EU 15, a prosječna stopa se kreće u rasponu od 16,7% do 19,2%. Na temelju tog pokazatelja, može se zaključiti da je AV sektor u novim zemljama članicama konkurentniji i uspješniji nego u starim zemljama članicama EU.

Najveću bruto profitnu stopu ima Mađarska i to nakon naglog povećanja u 2009. na 37,2% (s 2,4% prethodne godine). U 2010. su prilično visoke operativne bruto profitne stope ostvarene u Rumunjskoj, Latviji, Hrvatskoj i Cipru (20% i više). Najnižu stopu u 2010. ima Češka (11,1%).

Hrvatska je i tim pokazateljem dokazala uspješnost i konkurentnost AV industrije u odnosu na većinu novih zemalja članica EU. Prosječna operativna bruto profitna stopa nefinancijskoga poslovnog gospodarstva u Hrvatskoj u 2010. iznosila je 11,9% (DZS, 2012.). Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, najviša je bila u djelatnostima poslovanja nekretninama (42,7%) i informacijama i komunikacijama (26,6%), a najmanja u djelatnosti trgovine (5,4%). To ukazuje na konkurentnost hrvatske AV djelatnosti ne samo u usporedbi s AV djelatnostima ostalih zemalja, nego i u odnosu na ostale gospodarske djelatnosti u Hrvatskoj.

Grafikon 19. Operativna bruto profitna stopa u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u %)



Napomena: Nedostaju podaci za Hrvatsku (2008.) i Maltu.

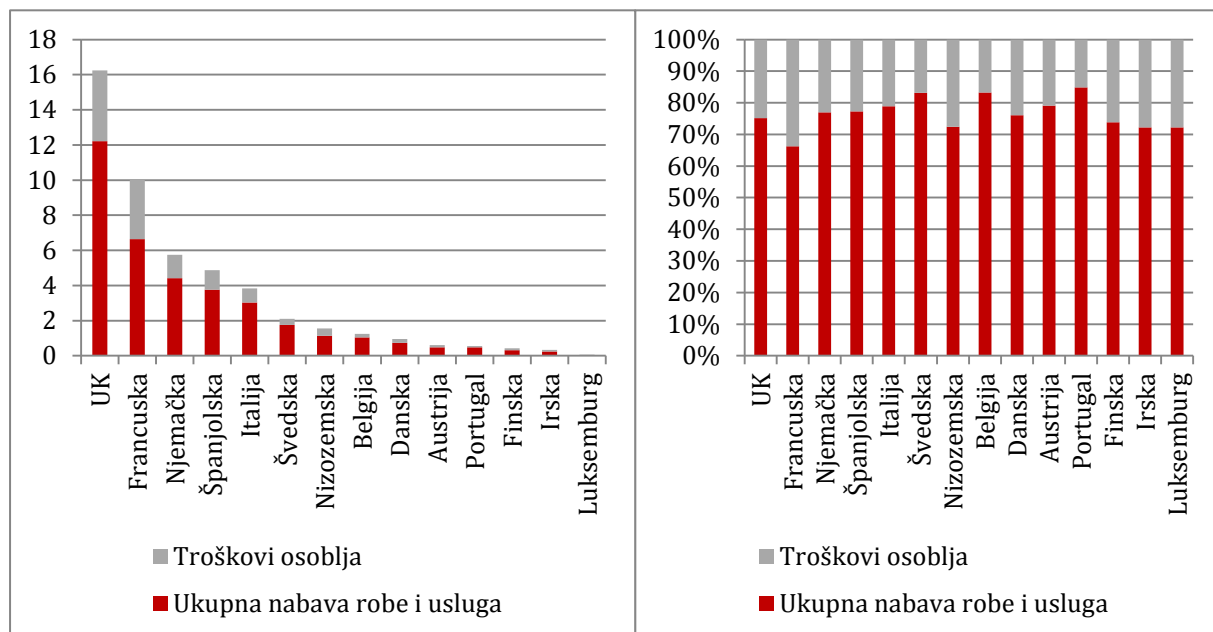
Izvor: Eurostat

Posljednja dva pokazatelja mogu biti znatno korisnija promatranjem strukture troškova poduzeća u AV sektoru. U svrhu analize, promatraju se dvije kategorije troškova: troškovi nabave roba i usluga te troškovi osoblja.

Ukupne nabave roba i usluga uključuju vrijednost svih roba i usluga nabavljenih u obračunskom razdoblju, osim kapitalnih dobara čija se uporaba registrira kao uporaba fiksnoga kapitala. Rashodi klasificirani kao financijski su isključeni. Troškovi osoblja su naknade koju obračunava poslodavac i plaća zaposlenicima u zamjenu za obavljen rad, a čine ih nadnice i plaća te troškova socijalnog osiguranja (DZS, 2012).

Ukupni troškovi poslovanja poduzeća zemalja EU 15 koja obavljaju AV djelatnost u 2010. kreću se u rasponu od najnižih 61 milijun eura u Luksemburgu do najviših 16,2 mlrd. eura u UK. Apsolutne vrijednosti troškova uglavnom su u skladu s ostvarenim prometom poduzeća iz AV sektora promatranih zemalja (grafikon 10). Struktura troškova poslovanja ukazuje na dominaciju troškova za nabavu robe i usluga koji čine od 66% do 85% ukupnih troškova poslovanja.

Grafikon 20. Troškovi poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 u 2010. (u mlrd. eura)



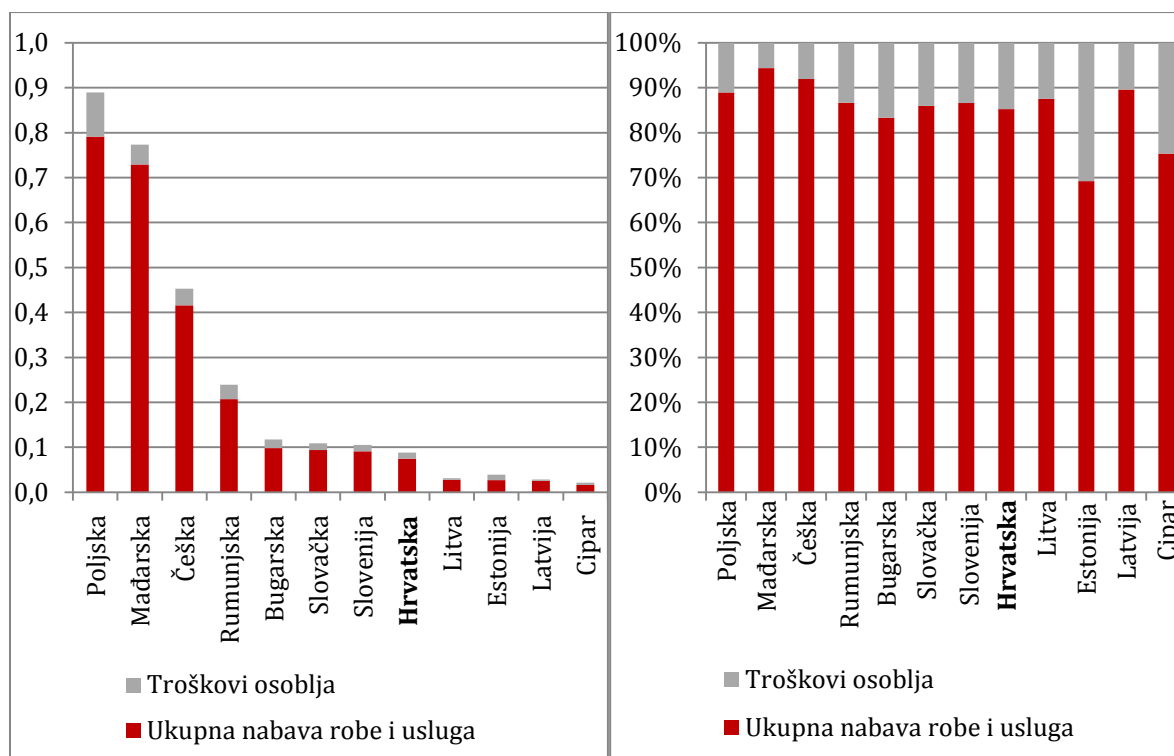
Napomena: Nedostaju podaci za Grčku.

Izvor: Eurostat

Struktura troškova poslovanja poduzeća iz AV sektora u zemljama EU 12 i Hrvatskoj slična je strukturi troškova u EU 15 zemljama. Udio troškova za nabavu robe i usluga u EU 12 zemljama i Hrvatskoj veći je nego u EU 15 zemljama i kreće se u rasponu od 69% do čak 94%. To može ukazati na iznimno niske troškove rada u poslovanju zbog čega se učinci poslovanja poduzeća u AV sektoru u velikoj mjeri prelijevaju na brojne druge gospodarske sektore.

AV sektor u Europi znatno zaostaje za AV sektorom globalnih velesila (npr. SAD-a). Razlozi za to su brojni, a u pogledu financiranja, osnovni problem je u nedostatku privatnih ulagača (Simon, 2012) što utječe na sadržaj filmova i njihov uspjeh na tržištu, ali i na strukturu industrije. Dominacija privatnih ulagača u financiranju potiče okrupnjavanje i specijalizaciju poduzeća, dok oslanjanje na potpore u velikoj mjeri osigurava preživljavanje malih i neučinkovitih poduzeća.

Grafikon 21. Troškovi poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj u 2010. (u mlrd. eura)



Napomena: Nedostaju podaci za Maltu.

Izvor: Eurostat

5. STRUKTURA I POSLOVANJE AUDIOVIZUALNE DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ

U nastavku rada se na temelju odabranih pokazatelja detaljnije obrazlaže poslovanje poduzeća iz audiovizualne djelatnosti. Glavni izvor informacija je Državni zavod za statistiku i Eurostat.

5.1. Obuhvat

Prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD 2007), audiovizualna industrija u užem smislu u Hrvatskoj obuhvaća šifru djelatnosti J59 - *Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa*. Ta skupina uključuje snimanje igranih i dokumentarnih filmova na filmskoj vrpici, videovrpici, DVD-u ili neke druge medije, uključujući digitalnu distribuciju, za izravno prikazivanje u kinima ili na televiziji; pomoćne djelatnosti kao što su montaža filmova, izrezivanje, sinkronizacija itd.; distribuciju filmova ili drugih filmskih proizvoda (videovrpici, DVD-a itd.) ostalim industrijama; prikazivanje filmova. Također uključuje kupnju i prodaju prava na distribuciju filmova ili drugih filmskih proizvoda (DZS, 2007).

Zbog detaljnijeg uvida u pojedine pokazatelje, NKD skupinu J59.1 – *Proizvodnja i distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa* potrebno je gledati na detaljnijim razinama, tzv. razredima. Unutar skupine J59.1 postoje ukupno četiri NKD razreda:

- 59.11 – Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa
- 59.12 – Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa
- 59.13 – Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa
- 59.14 – Djelatnosti prikazivanja filmova.

Razred 59.11 - Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa uključuje proizvodnju igranih filmova, videofilmova, televizijskih emisija (serija, dokumentarnih filmova itd.) ili televizijskih promidžbenih poruka. Taj NKD razred isključuje umnožavanje filmova (osim umnožavanja igranih filmova za kinodistribuciju), kao i umnožavanje audio i videovrpici, CD-a ili DVD-a s master-kopijom (NKD razred 18.20); trgovinu na veliko snimljenim videovrpicama, CD-ima i DVD-ima (NKD razred 46.43); trgovinu na veliko praznim videovrpicama i CD-ima (NKD razred 46.52); trgovinu na malo videovrpicama, CD-ima i DVD-ima (NKD razred 47.63); djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa (NKD razred 59.12); snimanje zvučnih zapisa i snimanje knjiga na vrpicama (NKD razred 59.20); emitiranje televizijskog programa (NKD razred 60.2); izradu cjelokupnog televizijskog programa (NKD razred 60.2); obradu filma, osim za filmsku industriju (NKD razred 74.20); djelatnosti osobnih kazališnih ili umjetničkih agenata ili agencija (NKD razred 74.90); iznajmljivanje videovrpici i DVD-a građanstvu (NKD razred 77.22); izravno (tj. simultano) titlovanje televizijskih prijenosa uživo, sastanaka, konferencija itd. (NKD razred 82.99); djelatnosti slobodnih glumaca, animatora, redatelja, scenografa, tehničkih stručnjaka (NKD razred 90.0).

Razred 59.12 - Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa uključuje djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa kao što su montaža, prebacivanje filmova/vrpce, dodavanje naslova i podnaslova, izrada objavnih špica, računalna grafika, animacija i specijalni efekti, razvijanje i obrada filmskih vrpce, kao i djelatnosti filmskih laboratorija i specijalnih laboratorija za animirane filmove. Ovaj razred također uključuje i djelatnosti filmskih arhiva itd. NKD razred 59.12 isključuje umnožavanje filmova (osim umnožavanja igranih filmova za kinodistribuciju), kao i umnožavanje audio i videovrpce, CD-a ili DVD-a s master-kopija (NKD razred 18.20); trgovinu na veliko snimljenim videovrpce, CD-ima i DVD-ima (NKD razred 46.43); trgovinu na veliko praznim videovrpce i CD-ima (NKD razred 46.52); trgovinu na malo videovrpce, CD-ima i DVD-ima (NKD razred 47.63); obradu filma, osim za filmsku industriju (NKD razred 74.20); iznajmljivanje video vrpce i DVD-a građanstvu (NKD razred 77.22); djelatnosti slobodnih glumaca, animatora, redatelja, scenografa, tehničkih stručnjaka (NKD razred 90.0).

Razred 59.13 - Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa uključuje distribuciju filmova, videovrpce, DVD-a i sličnih proizvoda kinima, televizijskim mrežama i postajama i ostalim prikazivačima te stjecanje prava na distribuciju filmova, videovrpce i DVD-a. S druge strane, u ovom NKD razredu nije uključeno umnožavanje filmova, kao i umnožavanje audio i videovrpce, CD-a ili DVD-a s masterkopija (NKD razred 18.20); trgovina na veliko snimljenim videovrpce i DVD-ima (NKD razred 46.43); trgovina na malo snimljenim videovrpce i DVD-ima (NKD razred 47.63).

Razred 59.14 - Djelatnosti prikazivanja filmova uključuje djelatnosti prikazivanja igranih ili videofilmova u kinima, na otvorenom ili u drugim objektima za prikazivanje filmova, kao i djelatnosti kinoklubova.

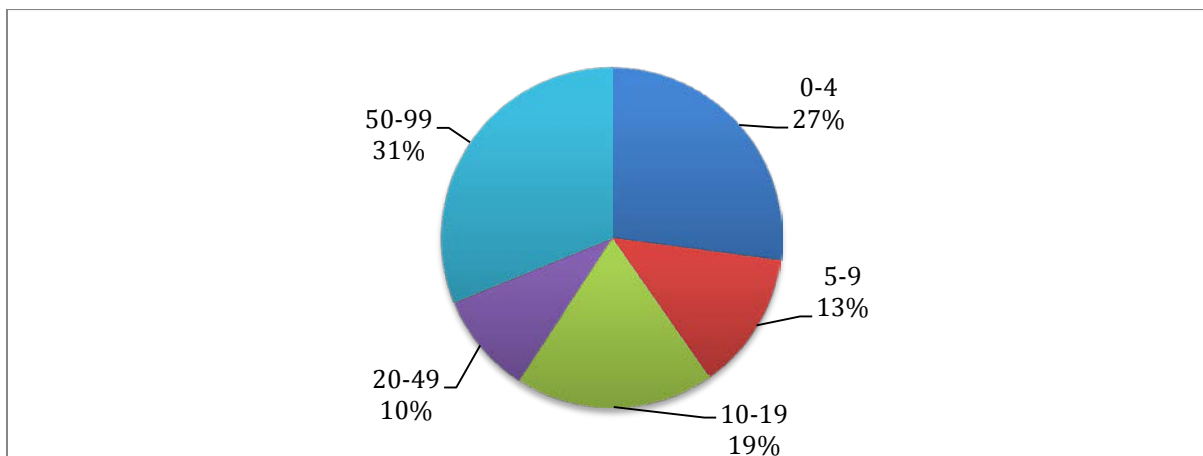
U širem smislu djelatnosti, audiovizualna industrija može obuhvaćati i poduzeća koja se bave proizvodnjom filmova, videofilmova i televizijskog programa, snimanjem zvučnih zapisa i/ili izdavanjem glazbenih zapisa, iako im to nije primarna djelatnost te su registrirani unutar nekog drugog NKD razreda koji predstavlja glavninu njihovih poslovnih aktivnosti. Takva bi se poduzeća tipično mogla naći unutar NKD razreda J60.10 – Emitiranje radijskog programa, J60.20 – Emitiranje televizijskog programa ili J63.99 – Ostale informacijske uslužne djelatnosti. Međutim, ovdje se radi o specifičnim i pojedinačnim slučajevima za koje nije moguće odrediti njihov stvarni doprinos i angažman u audiovizualnoj industriji, te ih izdvojiti prema objektivnim kriterijima. Stoga se ta poduzeća neće razmatrati u nastavku rada u kojem se analizira audiovizualna industrija prema NKD razredima.

5.2. Struktura i trendovi

Uvidom u registar gospodarskih subjekata pokazuje se da je **u Hrvatskoj registrirano 503 poduzeća unutar djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa, pri čemu ih je 486 aktivnih** (Biznet, 2013). Prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH (DZS, 2012) u audiovizualnoj industriji je u 2011. i 2012. zaposleno između 1.200 i 1.300 djelatnika¹³.

¹³ Točne brojke zaposlenih u AV industriji nisu poznate, budući da DZS objavljuje podatke o zaposlenosti u tisućama, zaokruženo na jednu decimalu.

Grafikon 22 Struktura ostvarenog prometa poduzeća iz audiovizualne industrije prema broju zaposlenih, 3Q 2012



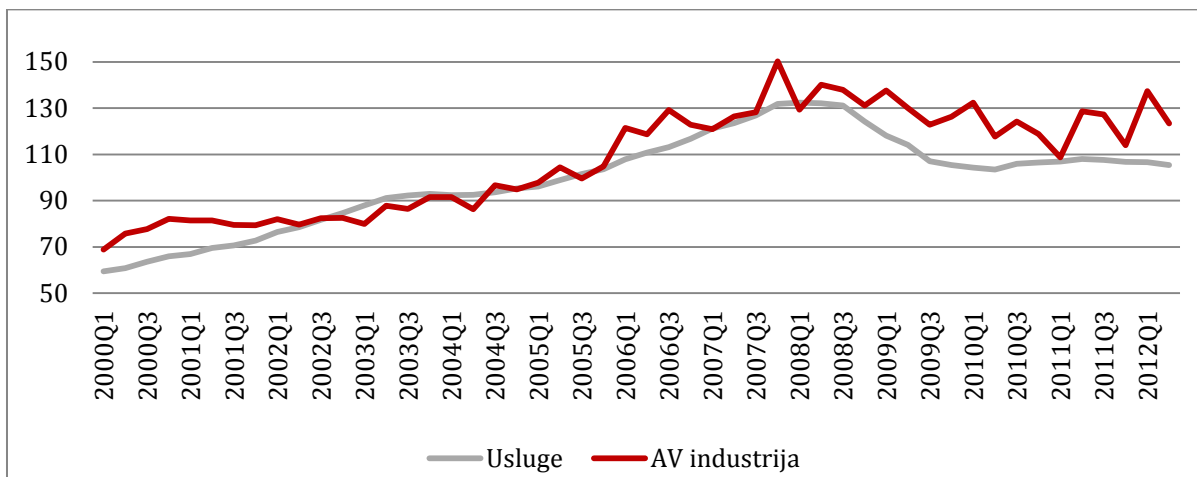
Izvor: DZS (2012)

Sudeći po strukturi prometa može se zaključiti da najveći broj zaposlenih radi u poduzećima koje ostvaruju 31% prometa.

U trećem tromjesečju 2012. ukupan promet audiovizualne industrije u najvećoj je mjeri ostvaren u pravnim osobama (97,6%), a tek 2,4% je ostvareno kod obrtnika.

Promet u AV djelatnosti Hrvatske je u prosjeku viši nego što je to prosjek ukupnih usluga. Takav pozitivan trend prisutan je sve do trećeg kvartala 2009. kada se promet djelomice smanjuje.

Grafikon 23. Sezonski prilagođeni indeks prometa poduzeća iz ukupno uslužnih industrija i audiovizualne industrije u razdoblju 1Q 2000. do 2Q 2012. (2005=100)



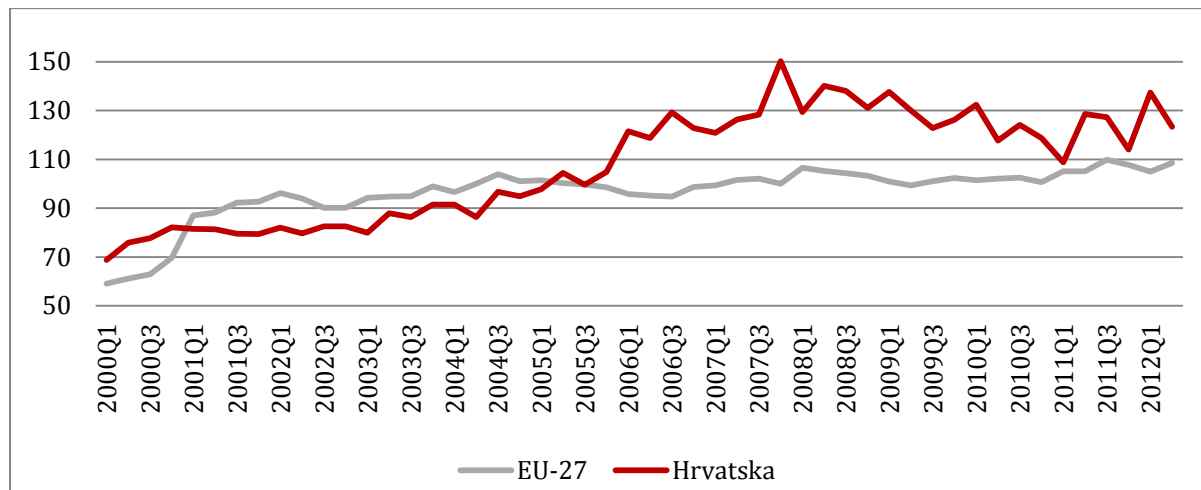
Izvor: Eurostat baza podataka, 2012

Trendovi kretanja prometa ukazuju na ponešto bolji položaj poduzeća iz audiovizualne industrije u odnosu na sva uslužna poduzeća u Hrvatskoj¹⁴. To je posebice vidljivo u

¹⁴ Uslužne djelatnosti u ovom kontekstu podrazumijevaju sljedeće industrije prema NKD 2007: H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane; J – Informacije i komunikacije; M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti; N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti.

doba nakon početka krize, budući da su poduzeća iz ukupno svih uslužnih djelatnosti zabilježila značajniji pad prometa.

Grafikon 24. Sezonski prilagođeni indeks prometa poduzeća iz audiovizualne industrije u Hrvatskoj i zemljama članicama EU u razdoblju 1Q 2000. do 2Q 2012. (2005=100)

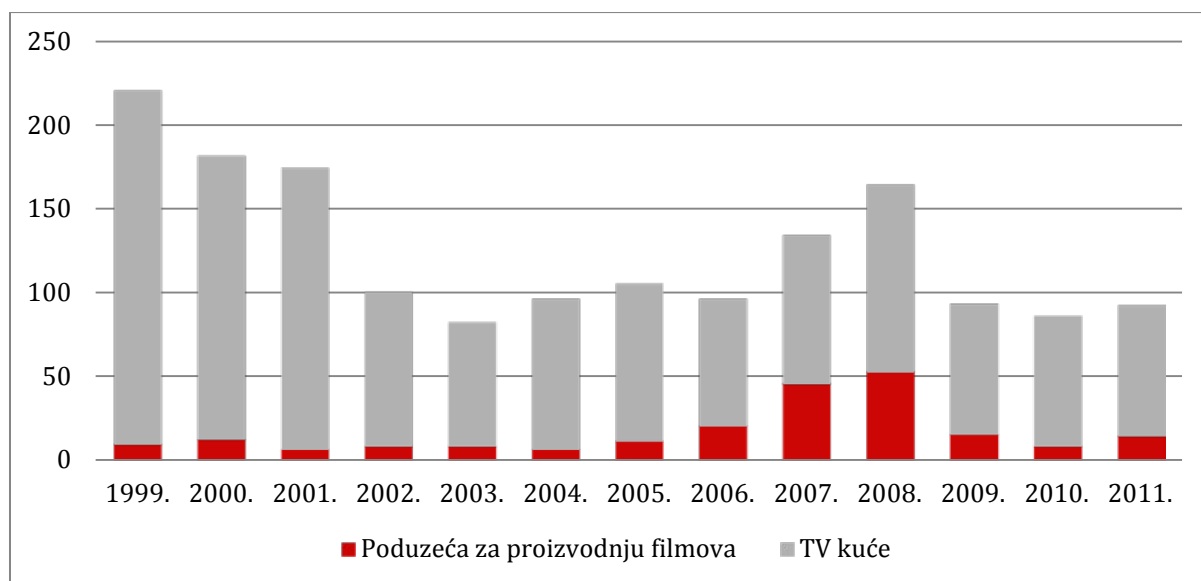


Izvor: Eurostat baza podataka, 2012

Trend kretanja prometa hrvatskih poduzeća iz audiovizualne industrije također je povoljniji u odnosu na trend kretanja prometa poduzeća iz audiovizualne industrije zemalja članica EU. Može se primijetiti da je indeks prometa u slučaju audiovizualne industrije EU-27 relativno stabilan u razdoblju od 2002. do sredine 2012. U slučaju Hrvatske zamjetan je trend ekspanzije prometa do kraja 2007., nakon čega slijedi blag pad indeksa prometa zbog nastanka financijske krize.

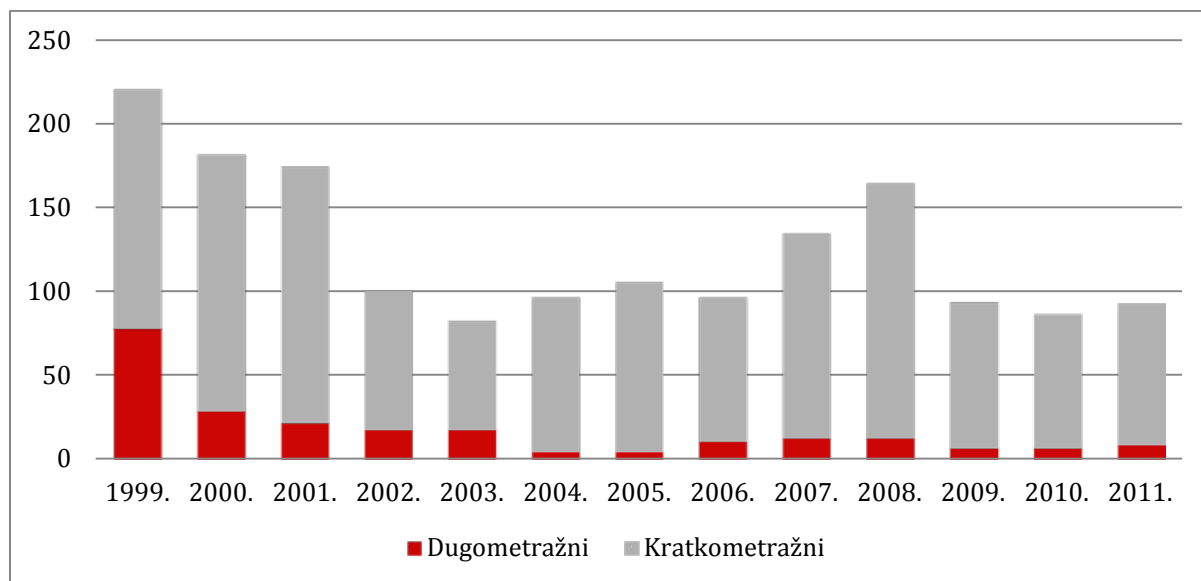
Korisne informacije pružaju podaci o broju i strukturi proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. Najveći udio u proizvedenim filmovima ostvaruju televizijskih kuća (86%), od čega je najveći proizvođač Hrvatska radio-televizija (76%), a slijedi TV Varaždin sa 17%-tnim udjelom¹⁵.

¹⁵ Važno je naglasiti da primarna djelatnost Hrvatske radio-televizije (i ostalih televizijskih kuća) nije proizvodnja audiovizualnih djela te je taj poslovni subjekt registriran kao poduzeće koje se bavi emitiranjem televizijskog programa (Razred 60.20 prema NKD 2007).

Grafikon 25. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. prema izvoru snimanja

Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

Televizijske kuće su u promatranom razdoblju prosječno proizvele 108 filmova godišnje, a iznadprosječan broj proizvedenih filmova zabilježen od 1999. do 2001. Od 1999. do 2011. u Hrvatskoj su poslovala 2 do 3 poduzeća za proizvodnju filmova¹⁶. Ta su poduzeća u promatranom razdoblju prosječno proizvela 17 filmova godišnje. Posebno je zamjetan rast proizvodnje filmova u razdoblju prije krize koji je svoj maksimum dostigao u 2007. i 2008. godini s 46, odnosno 53 ukupno proizvedenih filmova. Pogledajmo strukturu proizvedenih filmova prema vremenu trajanja.

Grafikon 26. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. prema trajanju filma

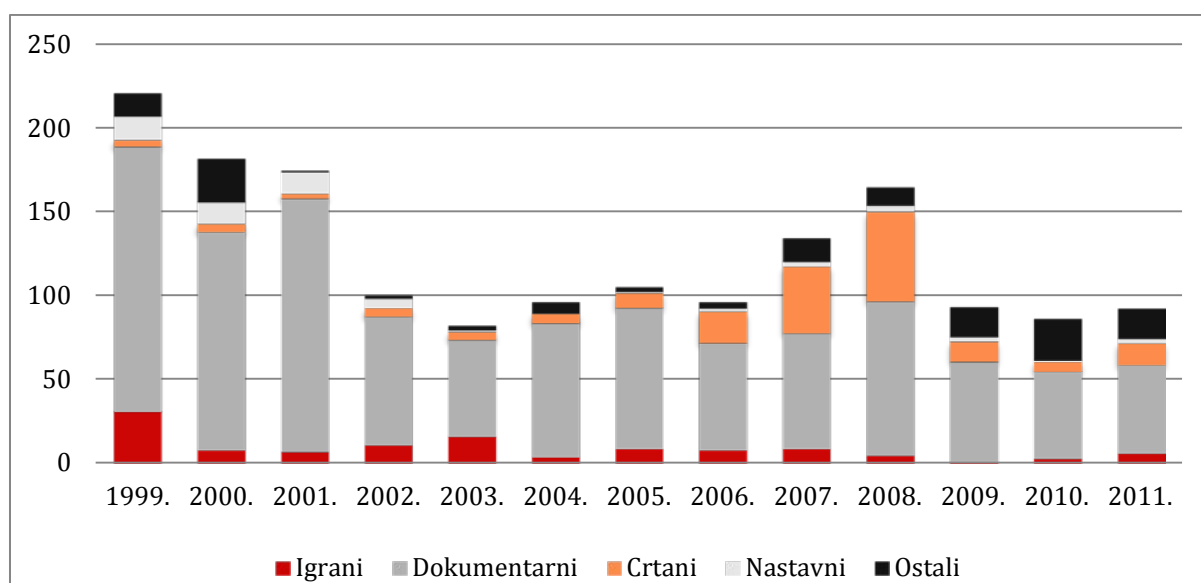
Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

¹⁶ Ovisno o godini promatranja, u nekim je razdobljima bilo samo 2 poduzeća, dok je u 1999., 2006-2007. i 2009.-2010. bilo 3 poduzeća za proizvodnju filmova.

Od 1999. do 2011. snimljeno je 235 dugometražnih i 1.401 kratkometražni film. Dakle, najveći udio u ukupno proizvedenim filmovima imaju kratkometražni filmovi (86%). Taj postotak ne odstupa značajno ni kod poduzeća za proizvodnju filmova (89%) kao ni kod televizijskih kuća (85%). Najveći broj dugometražnih filmova snimljen je u 1999. U 1999. proizvedeno je 78 dugometražnih filmova što predstavlja trećinu ukupno snimljenih dugometražnih filmova od 1999. do 2011.). Od tih 78 filmova samo su 6 snimila poduzeća za proizvodnju filmova.

Gledano prema vrsti snimljenih filmova, najveći udio u ukupnom broju snimljenih filmova imaju dokumentarni (69%), a slijede crtani (11%), igrani (7%), nastavni (4%) i ostale vrste filmova (9%)¹⁷.

Grafikon 27. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. prema vrsti filma



Izvor: Državni zavod za statistiku RH – Statistički ljetopisi, razne godine

Detaljnijim uvidom u strukturu proizvedenih filmova prema izvoru može se zaključiti da su 99% dokumentarnih filmova proizvele televizijske kuće (čak 79% ukupno proizvedenih filmova televizijskih kuća čine dokumentarni filmovi). S druge strane kod poduzeća za proizvodnju filmova najveći udio u strukturi proizvedenih filmova u promatranom razdoblju čine crtani filmovi (79%), a samo 5% su dokumentarni filmovi. Zanimljivo, od 1999. do 2011. snimljeno je 64 nastavna filma, od čega je čak 40 (63%) snimljeno u razdoblju 1999.-2001.

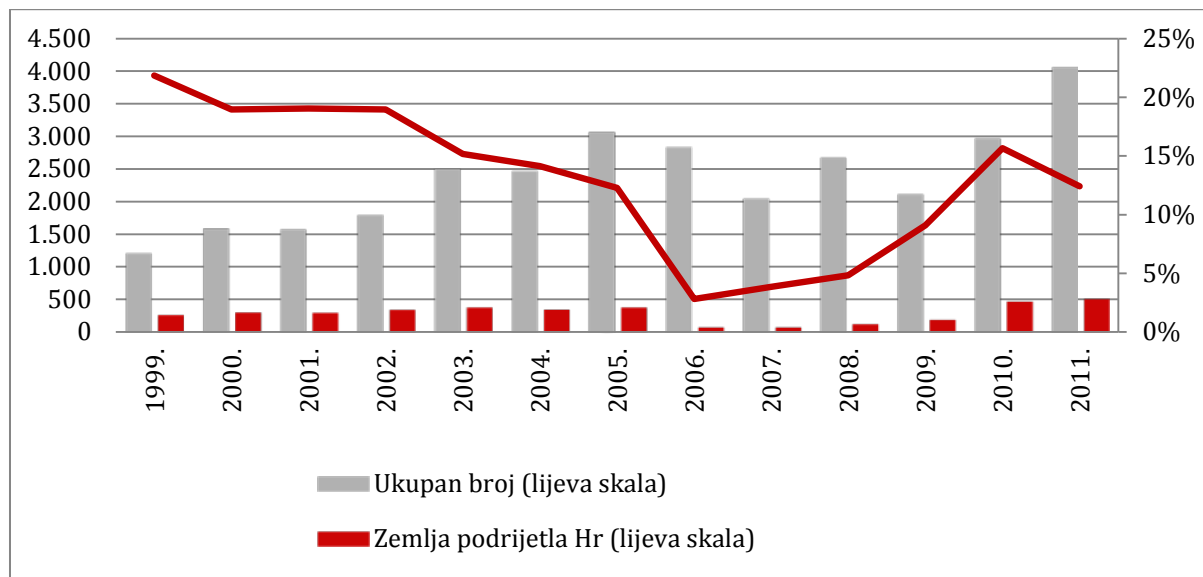
U sklopu poslovnih aktivnosti nastaju raznovrsni ekonomski učinci koji se iskazuju u osnovnoj djelatnosti iz koje je pojedina poslovna aktivnost potekla, ali i izvan te djelatnosti kroz prelijevanje pozitivnih (negativnih) učinaka na ostale sektore. Stoga je zanimljivo istražiti i pokazatelje u industrijama povezanim s proizvodnjom filmova. U tom je smislu najzanimljivije pratiti distribuciju filmova i kinematografija, odnosno prikazivanje filmova. Upravo te djelatnosti imaju ključnu ulogu u proizvodnom lancu

¹⁷ Ostale vrste filmova obuhvaćaju propagandno-komercijalne, znanstveno-popularne, lutkarske i ostale kategorije.

audiovizualne industrije, budući da pomažu plasmanu proizvedenog audiovizualnog djela na domaće i inozemno tržište.

Ukupan broj audiovizualnih djela u prometu odnosi se na sva djela koja su bila u prometu bez obzira kada su otkupljena prava na komercijalnu eksploataciju.

Grafikon 28. Ukupan broj audiovizualnih djela u prometu i udio broja hrvatskih audiovizualnih djela u razdoblju 1999. do 2011.

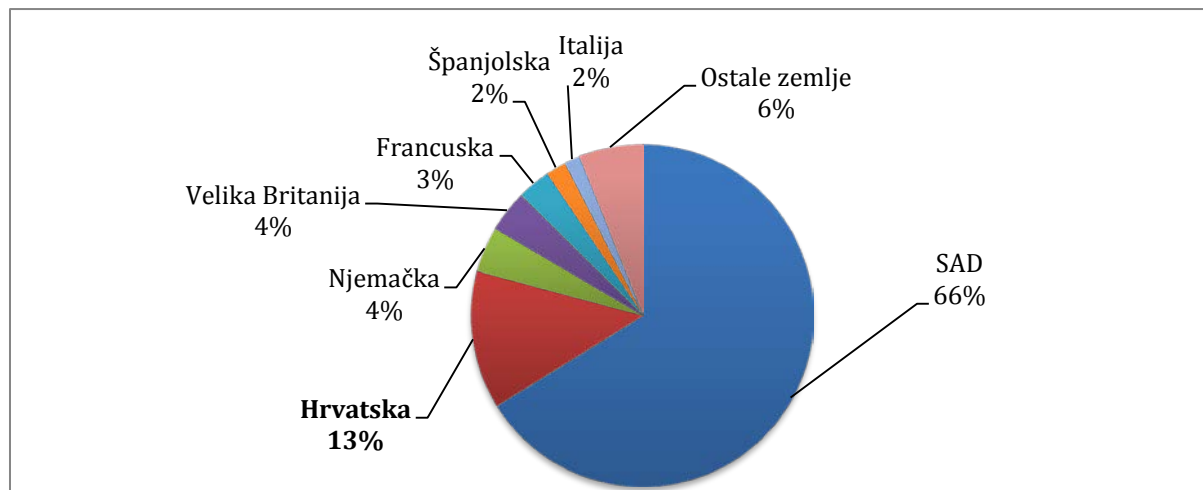


Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

Broj audiovizualnih djela u prometu raste s 1.222 u 1999. na čak 4.064 u 2011. S druge strane, promet audiovizualnih djela kod kojih je zemlja podrijetla Hrvatska zabilježio je slabiji rast, s 267 u 1999. na 505 u 2011.

Primjetan je značajniji pad broja audiovizualnih djela u prometu u razdoblju 2006-2009. (prosječno 120). Posebno zabrinjava trend smanjenja udjela broja audiovizualnih djela kod kojih je zemlja podrijetla Hrvatska, u ukupnom broju audiovizualnih djela u prometu, s 22% u 1999. na tek 12% u 2011.

Grafikon 29. Struktura audiovizualnih djela u prometu u 2011. prema zemlji podrijetla

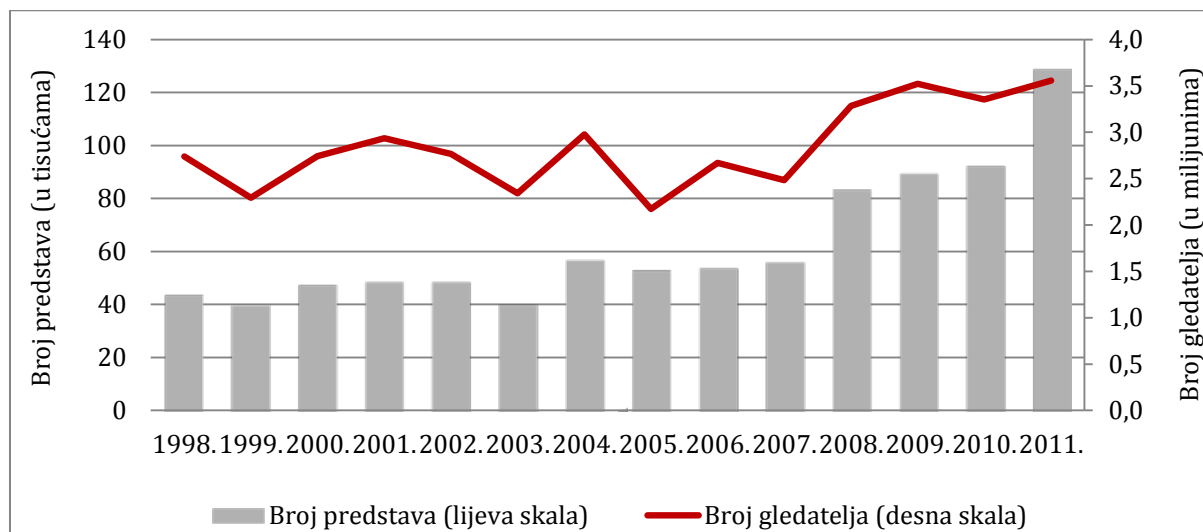


Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

Prema zemlji podrijetla, najveći prosječan udio u strukturi broja audiovizualnih djela u prometu u razdoblju 1999.-2011. odnosi se na djela iz SAD-a, odnosno njih čak dvije trećine. Slijedi Hrvatska s udjelom od 13%, te ostale veće europske zemlje s prosječnim udjelima između 2 i 4%.

Ukupan broj predstava bilježi značajan rast s 40-ak tisuća godišnje u 1999. na čak 129 tisuća u 2011.

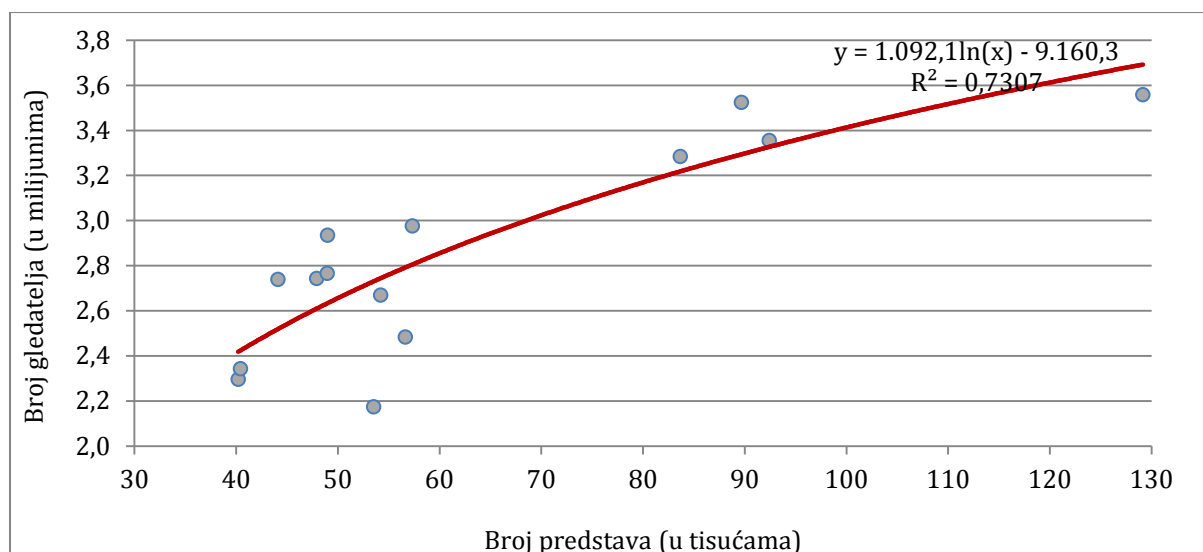
Grafikon 30. Ukupan broj predstava i gledatelja u razdoblju 1999. do 2011.



Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

Veći rast zabilježen u 2008. i 2011. što je izravna posljedica povećanja broja stalnih kinematografa s više dvorana kojih je još u 2006. bilo samo 2 s ukupno 18 dvorana, dok je u 2011. bilo njih 12 s čak 90 dvorana. Značajan rast broja predstava zbog povećanja broja multiplex-a doveo je i do rasta broja posjetitelja. Ta uzročno-posljedična veza pokazuje se i regresijskim modelom, što je prikazano na donjem grafikonu.

Iako je nova i kvalitetnija kinematografska usluga potaknula rast broja posjetitelja, taj je rast slabijeg intenziteta od rasta broja predstava. Drugim riječima, u promatranom se razdoblju smanjio prosječan broj posjetitelja po predstavi s 62 u 1998. na 28. u 2011. Pritom se može uočiti i razlika u ovisnosti o podrijetlu projekcija, tj. filmovi domaće produkcije imali su u promatranom razdoblju prosječno 39 gledatelja, a filmovi inozemne produkcije prosječno 49 gledatelja po predstavi.

Grafikon 31. Regresija ukupnog broja predstava (u tisućama) i ukupnog broja gledatelja (u milijunima), razdoblje promatranja 1998.-2011.

Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine; prilagodba autora

5.3. Financijski pokazatelji

U nastavku rada analizira se financijskih položaj i rezultati poduzeća angažiranih u djelatnosti skupine NKD J59.1. Analiza financijskog poslovanja temelji se na financijskim izvještajima poduzeća unutar djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa (NKD skupina J59.1). Poslovanje poduzeća iz uzorka prikazuje se za razdoblje 2007.-2011. Podaci za 2012. nisu bili dostupni u vrijeme pisanja studije. Izvori podataka za analizu financijskih izvještaja su „Poslovna Hrvatska“, Financijska agencija (FINA – Registar godišnjih financijskih izvješća – javna objava), Državni zavod za statistiku te ostala javno dostupna izvješća na internetskim stranicama. U analizi nisu obuhvaćena poduzeća koja nisu predala financijsko izvješće a poslovno su aktivna. Pretpostavka je da su to mala poduzeća s relativnom malom dodanom vrijednosti zbog čega je greška njihova neuključivanja zanemariva.

Broj poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa koje su predale financijska izvješća raste s 258 u 2007. na 358 u 2011 što je rast 39%.

Tablica 4. Broj poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova koje su predale godišnje financijsko izvješće od 2007. do 2011.

Broj tvrtki	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
5911 - Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa	194	224	246	265	288
5912 - Djelatnosti koje slijede nakon proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa	3	5	7	6	6
5913 - Distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa	39	46	44	44	42
5914 - Djelatnosti prikazivanja filmova	22	23	22	25	22
Ukupno	258	298	319	340	358

Izvor: Izračun i prilagodba autora

Najveći dio poduzeća unutar djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova bavi se proizvodnjom (prosječno 77% od 2007. do 2011.). Međutim, ta poduzeća su u promatranom razdoblju zapošljavala 52% djelatnika unutar te djelatnosti.

Većina je tvrtki registrirana u gradu Zagrebu (84%). Ta je informacija važna za izračun ukupnih fiskalnih troškova jer visina prireza porezu na dohodak značajno varira ovisno o prijavljenom mjestu prebivališta zaposlenika.

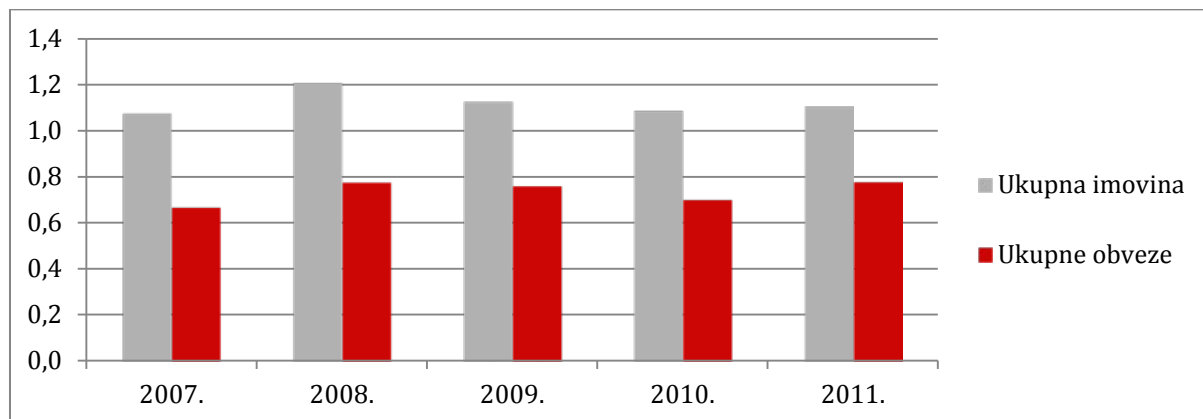
Tablica 5. Broj poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova po županijama koje su predale godišnje financijsko izvješće od 2007. do 2011.

Broj tvrtki	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Grad Zagreb	200	231	254	272	283
Splitsko-dalmatinska	22	25	26	28	32
Istarska	7	9	9	10	10
Primorsko-goranska	6	6	5	4	7
Dubrovačko-neretvanska	5	6	6	6	6
Osječko-baranjska	5	6	4	5	5
Šibensko-Kninska	2	2	3	4	4
Zadarska	3	4	3	4	4
Bjelovarsko-bilogorska	2	2	1	1	2
Krapinsko-zagorska	1	1	2	2	2
Varaždinska	2	2	2	1	1
Virovitičko-podravka					1
Vukovarsko-srijemska	1	2	2	1	1
Karlovačka	2	2	2	2	
Ukupno	258	298	319	340	358

Izvor: Izračun i prilagodba autora

Ukoliko pretpostavimo da većina zaposlenih radi u prijavljenom mjestu prebivališta, tada se izdašan dio novaca slijeva u gradske proračune na osnovi uplaćenog prireza porezu na dohodak (posebice grad Zagreb koji ima stopu prireza od 18% koja se obračunava na cjelokupan iznos uplaćenog poreza na dohodak).

Grafikon 32. Ukupna imovina i ukupne obveze tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007. do 2011. (u mlrd. kuna)

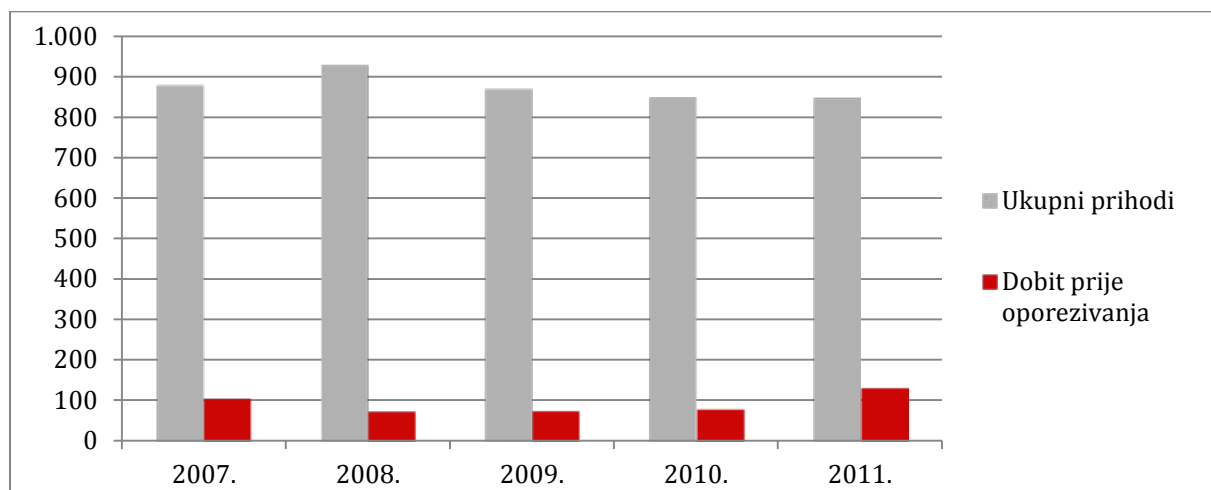


Izvor: Izračun i prilagodba autora

Iako je rastao broj poduzeća koja su predala godišnja financijska izvješća nije se odrazio na značajni rast imovine i obveze poduzeća. Od 2007. do 2011. ukupna imovina značajno nadilazi obveze. Tako u strukturi imovine u 2011. rastu investicije te postrojenja i opreme, ali se i smanjuje vrijednost nepokretne imovine (zemljišta i nekretnina).

U cijelom razdoblju tvrtke iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u prosjeku ostvaruju pozitivan financijski rezultat.

Grafikon 33. Ukupni prihodi i dobit prije oporezivanja tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007. do 2011. (u mil. kuna)



Izvor: Izračun i prilagodba autora

Ukupni prihodi tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova zabilježili su blagi pad, a dobit prije oporezivanja se smanjuje u 2008., a nakon toga bilježi porasta pa je u 2011. u odnosu na 2007. zabilježen rast dobiti prije oporezivanja od čak 24,7%. Taj se trend preslikao i na pokazatelje profitabilnosti ukupne industrije pa je bruto marža profita porasla s 14% u 2007. na 18% u 2011., odnosno neto marža s 12% u 2007. na 16% u 2011.

Likvidnost AV sektora je prilično slaba, posebice u 2011. Izjednačena je vrijednost konsolidirane kratkotrajne imovine i konsolidiranih kratkoročnih obveza (pokazatelj tekuće likvidnosti i financijske stabilnosti su 1,00). To pokazuje da se kratkotrajna imovina poduzeća iz AV djelatnost financira iz kratkoročnih, a dugotrajna iz dugoročnih izvora. Uz razborito financijsko upravljanje potrebno je barem dio kratkotrajne imovine financirati iz dugoročnih izvora. Pokazatelj trenutne likvidnosti u 2011. je da se tek 14% kratkoročnih obveza može financirati novcem kao najlikvidnijom imovinom.

Tablica 6. Financijski pokazatelji poduzeća u AV sektoru u Hrvatskoj od 2007. do 2011.

Pokazatelji likvidnosti	Objašnjenje	Optimalna vrijednost	2007	2008	2009	2010	2011
Tekuća likvidnost	Tekuća (kratkotrajna) imovina/Tekuće (kratkotrajne) obveze	Optimalno je 2, ali nikako ispod 1	1,28	1,07	1,08	1,20	1,00
Ubrzana likvidnost	(Tekuća imovina-Zalihe)/Tekuće obveze	Optimalno je 1, a minimalno 0,9	1,13	0,91	0,90	1,03	0,86
Trenutna likvidnost	Novac/Ukupne kratkoročne obveze		0,21	0,13	0,12	0,19	0,14
Financijska stabilnost	Dugotrajna imovina/(Kapital+Dugoročne obveze)	Manji od 1	0,86	0,95	0,94	0,87	1,00
Pokazatelji zaduženosti	Objašnjenje	Optimalna vrijednost	2007	2008	2009	2010	2011
Pokazatelj zaduženosti	Ukupne obveze/Ukupna imovina	0,5 ili manja	0,62	0,64	0,68	0,64	0,70
Pokazatelj vlastitog financiranja	Kapital/Ukupna imovina	Veći od 0,5 (ponekad veći od 0,3)	0,38	0,36	0,32	0,36	0,30
Pokriće troškova kamata	EBIT/Godišnji troškovi kamata	Što veći broj	5,72	0,49	4,40	5,41	7,35
Faktor zaduženosti	Ukupne obveze/(Neto dobit+Amortizacija)	Manje od 5 godina	5,21	6,63	6,17	5,55	4,57
Stupanj pokrića I - Zlatno bankarsko pravilo	Kapital/Dugotrajna imovina	Manje od 1	0,66	0,62	0,60	0,66	0,51
Stupanj pokrića II - Zlatno bilančno pravilo	(Kapital+Dugoročne obveze)/Dugotrajna imovina	Manje od 1	1,16	1,05	1,06	1,14	1,00
Pokazatelji aktivnosti	Objašnjenje	Optimalna vrijednost	2007	2008	2009	2010	2011
Obrt ukupne imovine	Prihodi od prodaje/Prosječna ukupna imovina	Što veći	0,76	0,72	0,72	0,74	0,72
Koeficijent obrta potraživanja	Prihodi od prodaje/Prosječna potraživanja	Što veći	4,24	3,61	3,13	3,24	3,39
Trajanje naplate potraživanja	365/Koeficijent obrta potraživanja	Što manji	86,11	101,03	116,45	112,68	107,79
Koeficijent obrta zaliha	Prihodi od prodaje/Prosječne zalihe		15,03	12,62	10,52	10,70	11,63
Broj dana vezivanja zaliha	365/Koeficijent obrta zaliha		24,29	28,93	34,69	34,13	31,38
Pokazatelji profitabilnosti	Objašnjenje	Optimalna vrijednost	2007	2008	2009	2010	2011
Bruto marža profita	(Dobit prije oporezivanja+Kamate)/Prihod od prodaje	Što veća	0,14	0,11	0,11	0,11	0,18
Neto marža profita	(Dobit nakon oporezivanja+Kamate)/Prihod od prodaje	Što veća	0,12	0,09	0,09	0,09	0,16
Povrat na imovinu (ROA)	(Neto dobit+kamate)/Prosječna ukupna imovina	Što veći	0,09	0,07	0,06	0,07	0,11
Povrat na kapital (ROE)	Neto dobit/Prosječni ukupni kapital	Što veći	0,21	0,14	0,15	0,17	0,32

Izvor: obrada autora

Pokazatelji zaduženost poduzeća iz AV djelatnosti također su slabi jer između 60 i 70% ukupne imovine financiraju tuđim (posuđenim) sredstvima. Za otplatu ukupnog duga zaradama tekuće godine uvećanim za amortizaciju potrebno je 4 do 6 godina. Visok udio duga „istiskuje“ vlastito financiranje pa je udio kapitala u pasivi od 30 do 40%. Pokazatelji obrta se u promatranom razdoblju smanjuju, a rastu trajanje naplate potraživanja i broj dana vezivanja zaliha.

Profitabilnost AV sektora je prilično visoka. Bruto marža profita u 2011. iznosi 18%, a neto marža profita 16%. To znači da od ukupno ostvarenog prihoda 16% predstavlja neto zaradu poduzeća. Prilično visoki su i povrat na imovinu (ROA) i povrat na kapital (ROE) koji iznose redom 11% odnosno 32%. Ipak te pokazatelje treba tumačiti s oprezom jer visoka vrijednost ROA može biti uzrokovana visokim kamatama (zbog zaduženosti), a visoka vrijednost ROE može biti rezultat relativno niskih vrijednosti kapitala u poduzećima iz AV sektora.

Temeljem izračunatih financijskih pokazatelja korisno je usporediti stanje u Hrvatskoj s prosjekom pokazatelja u audiovizualnoj djelatnosti Europe i svijeta.

Tablica 7. *Financijski pokazatelji poduzeća u AV sektoru u Hrvatskoj, Europi i svijetu u 2011.*

Financijski pokazatelj	Optimalna vrijednost	Hrvatska	Europa	Svijet
Tekuća likvidnost	2 (veće od 1)	1,00	(2012.) 1,80	1,60
Ubrzana likvidnost	1, ali min. 0,9	0,86	1,40	n/a
Trenutna likvidnost	Što veći broj	0,14	(2012.) 0,60	(2012.) 0,30
Pokazatelj zaduženosti	0,5 ili manja	0,70	(2012.) 0,37	0,39
Pokriće troškova kamata	Što veći broj	7,35	2,00	(2012.) 7,30
Obrt ukupne imovine	Što veći	0,72	0,60	0,50
Koeficijent obrta potraživanja	Što veći	3,39	4,10	4,80
Koeficijent obrta zaliha	Što veći	11,63	41,60	13,20
Bruto marža profita	Što veća	0,18	0,33	0,23
Povrat na imovinu (ROA)	Što veći	0,11	0,02	0,06
Povrat na kapital (ROE)	Što veći	0,32	0,02	0,08

Izvor: Capital IQ (S&P) i FINA

Bruto marža profita poduzeća iz AV sektora u Europi i svijetu ostvarila su veću bruto profitnu maržu koja je 2011. iznosila 33% u Europi i 23% u svijetu (tablica 3.). Međutim povrat na imovinu te posebno povrat na kapital u Hrvatskoj je znatno veći od europskog, ali i svjetskog prosjeka. Koeficijenti obrta potraživanja, zalihe i ukupne imovine ukazuju na veću aktivnost europskih i svjetskih poduzeća u odnosu na poduzeća u Hrvatskoj. To je rezultat prosječno većih prihoda od prodaje u odnosu na potraživanja, zalihe i ukupnu imovinu. Niski koeficijenti obrta uz visoku maržu profita ukazuju na troškovnu učinkovitost hrvatskog AV sektora u odnosu na europski i svjetski prosjek. Ipak, treba istaknuti kako je Hrvatski AV sektor zaduženiji od prosjeka zaduženosti poduzeća u Europi i svijetu, za kojima hrvatski AV sektor zaostaje i u pogledu likvidnosti. Drugim riječima, hrvatski AV sektor je u europskim i svjetskim okvirima učinkovit i profitabilan, ali nelikvidan i prezadužen.

6. OCJENA GOSPODARSKIH I FISKALNIH UČINAKA AUDIOVIZUALNIH DJELATNOSTI U REPUBLICI HRVATSKOJ

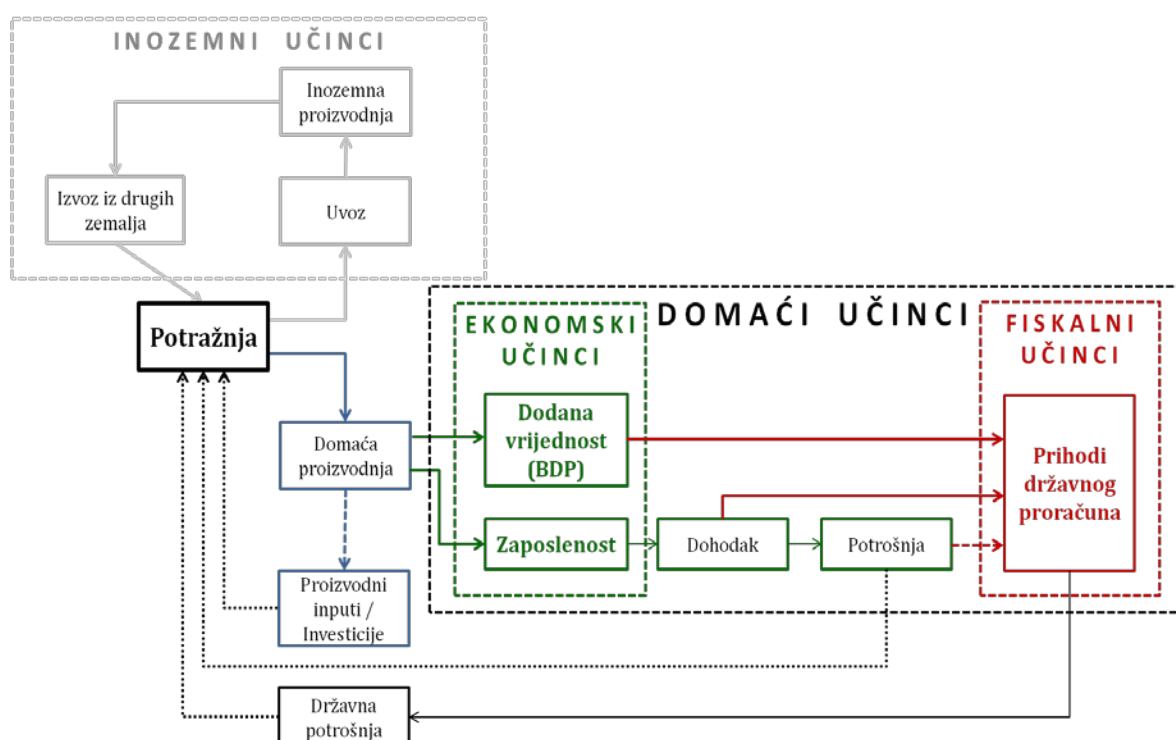
U šestom dijelu rada ocjenjuju se gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti u filmskoj industriji i uspoređuje s visinom dodijeljenih državnih potpora toj djelatnosti u Republici Hrvatskoj.

6.1. Gospodarski i fiskalni učinci

U sklopu svake poslovne aktivnosti, pa tako i proizvodnje audiovizualnih djela, nastaju raznovrsni ekonomski učinci koji se iskazuju u osnovnoj djelatnosti ali i izvan te djelatnosti kroz učinke prelijevanja na ostale sektore. Slika 1 prikazuje spiralu međusobnih učinaka koje generira određena proizvodna djelatnost. Razumijevanje tih procesa izuzetno je važno jer se sličnom metodom procjenjuje i ukupan učinak gospodarskih i fiskalnih učinaka audiovizualne djelatnosti u Republici Hrvatskoj u nastavku teksta.

U suštini postojanja svake proizvodnje kao ponude je postojanje potražnje za određenim dobrima. Potražnja se može zadovoljiti domaćom proizvodnjom ili uvozom roba. Ukoliko se potražnja zadovoljava iz inozemnih izvora, tada se potiče inozemna proizvodnja te se proizvedena inozemna dobra uvoze u zemlju u kojoj postoji potražnja za tim dobrima. To su pojednostavljeno inozemni učinci koji nisu bitni za analizu. Međutim, važno je naglasiti da i inozemna proizvodnja može potaknuti domaću potražnju ukoliko se neka intermedijarna dobra u inozemnoj proizvodnji proizvode na domaćem tržištu.

Slika 1. Pojednostavljeni dijagram odnosa pojedinih ekonomskih faza i ukupni učinci proizvodnje



Izvor: Autori studije

Ukoliko se potražnja zadovoljava iz domaćih izvora, odnosno domaće proizvodnje, tada dolazi do nekoliko različitih ekonomskih učinaka. Ovdje razmatramo isključivo njihovu domaću komponentu, iako bi se u otvorenom gospodarstvu sve komponente barem djelomično mogle zadovoljavati i iz inozemnih izvora. Glavni ekonomski učinci domaće proizvodnje su:

1. Generiranje dodane vrijednosti u gospodarstvu što ima pozitivan ekonomski učinak na rast bruto domaćeg proizvoda.
2. Domaća proizvodnja iziskuje proizvodne faktore, tj. kapital i rad. U slučaju rada kao proizvodnog faktora dolazi do zapošljavanja što također ima ekonomski utjecaj u vidu rasta zaposlenosti.
3. Domaća proizvodnja potiče investicije i rast potražnje za proizvodnim inputima čime domaća proizvodnja u jednoj industriji indirektno potiče potražnju u ostalim povezanim industrijama koje se nalaze u lancu proizvodnje s promatranom djelatnosti.

Pored ekonomskih učinaka, navedeni proces generira i fiskalne učinke:

1. Domaća proizvodnja koja realizira dodanu vrijednost ostvaruje i određene prihode. Ukoliko su ukupni prihodi poduzeća veći od ukupnih troškova tada poduzeće posluje s dobiti i obvezno je u državni proračun uplatiti iznos od 20% dobiti u vidu poreza na dobit.
2. Zaposlenost generira dohodak, a poduzeće koje zapošljava djelatnike dužno je u državni i lokalne proračune isplatiti određeni iznos u vidu poreza na dohodak, prireza porezu na dohodak te doprinosa iz i doprinosa na plaću.
3. Po isplaćenom neto dohotku zaposlenici raspolažu novcem i troše ga na dobra i usluge na koja plaćaju razne vrste poreza na potrošnju (PDV, trošarine) itd. Tim se induciranim učinkom značajan iznos prihoda usmjerava u državu blagajnu (proračun).

Generiranjem fiskalnih učinaka, odnosno uplaćivanjem novaca u državni proračun omogućava se državna potrošnja. Državna potrošnja, potrošnja kućanstava, rast investicija i potreba za proizvodnim inputima opet dovode do početnog stanja, odnosno rasta potražnje za određenim robama i uslugama. Time se cijeli ciklus vraća u početnu točku i na sličan način (kao što je objašnjeno) spiralno se pokreće cijeli proces ispočetka. Navedeni i pojednostavljeni model funkcioniranja ekonomije u proizvodnom smislu može se primijeniti i na proizvodnju audiovizualnih djela.

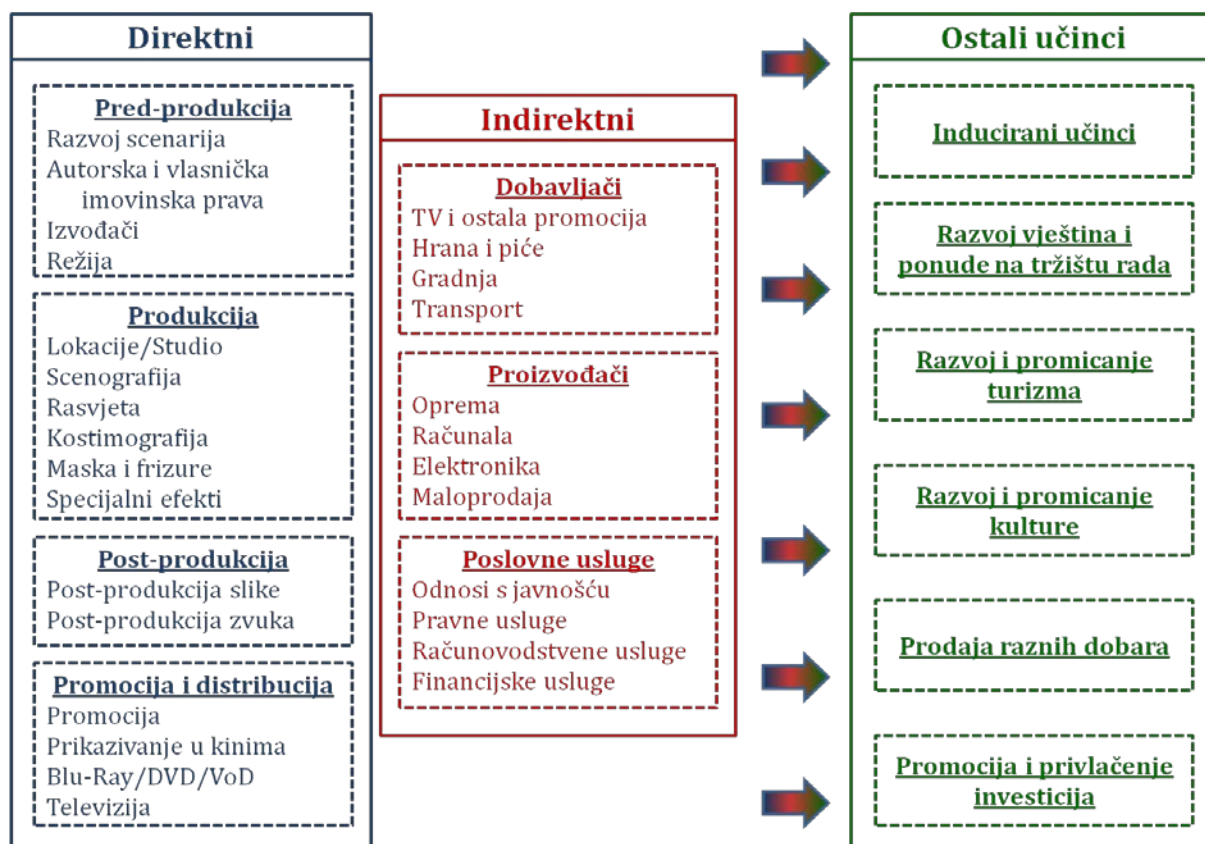
Literatura koja se bavi gospodarskim i fiskalnim učincima audiovizualnih djela puna je različitih modela. U literaturi se najčešće navode tri različita učinka koje generira proizvodnja u audiovizualnoj djelatnosti (vidjeti primjerice: *ESI Corporation, 2010*; New Zealand Ministry of Economic Development, 2012; Oxford Economics, 2012). To su:

- *Direktan učinak* – rast zaposlenosti, bruto društvenog proizvoda, proračunskih prihoda od poreza i sl. Ti učinci podrazumijevaju sve etape proizvodnje, odnosno pretprodukciju, produkciju i postprodukciju koja se fizički obavlja u promatranj zemlji, ali i distribuciju i prikazivanje filmova u zemlji podrijetla.
- *Indirektni učinak* – rast zaposlenosti, bruto društvenog proizvoda, proračunskih prihoda od poreza i sl. zbog utjecaja na poslovne subjekte u lancima dobavljača poput proizvodnje ili prodaje proizvoda za produkcijske tvrtke, proizvodnja dobara koja se prodaju u kinima, potrošnja filmske ekipe u hotelima, restoranima i slično tijekom snimanja na različitim lokacijama itd.

- *Inducirani učinak* – rast zaposlenosti, bruto društvenog proizvoda, proračunskih prihoda od poreza i sl. zbog potrošnje dijela dohotka zaposlenih u audiovizualnoj djelatnosti. To uključuje potrošnju na dobra i usluge u širem kontekstu te time pomaže poslovanju raznih industrija koje podržavaju proizvodnju tih dobara (maloprodaja, prijevoz, ugostiteljstvo itd.).

Pored navedenih učinaka, postoje i brojni učinci prelijevanja na ostale sektore poput povećanja prodaje turističkih usluga na mjestima snimanja, razvoj kulture, prodaja audio i video sadržaja i sl. Faze proizvodnje i distribucije filmova i svi povezani ekonomski učinci prikazani su na slici 2.

Slika 2. Faze proizvodnje i distribucije filmova i svi povezani ekonomski učinci



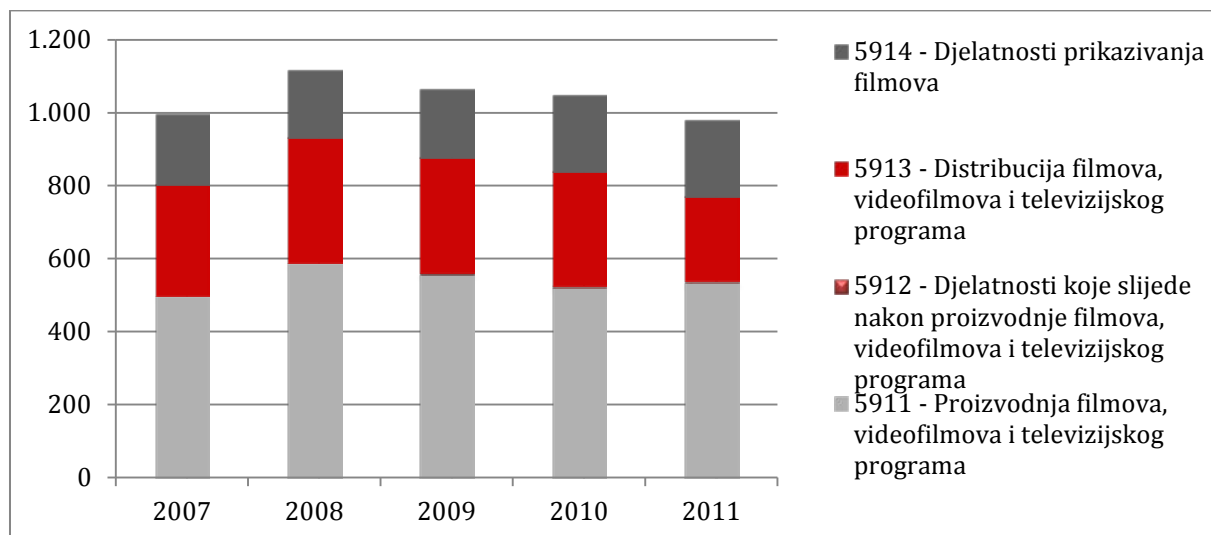
Izvor: Prilagodba autora temeljem studije Oxford Economics (2012)

Temeljem godišnjih financijskih pokazatelja tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa moguće je procijeniti direktne ekonomske i fiskalne koristi koje ta djelatnost generira i koje se mogu staviti u omjer postojećih državnih potpora AV industriji. Drugim riječima, konkretnim se izračunima može odrediti isplativost ulaganja i subvencioniranja pojedine industrije. Direktne ekonomske i fiskalne koristi mogu se mjeriti različitim pokazateljima, poput ukupne zaposlenosti, doprinosa i utjecaju na bruto domaći proizvod, ukupno uplaćenim porezima u državni proračun i proračune lokalnih jedinica vlasti i slično. U nastavku rada pruža se pregled glavnih direktnih ekonomskih i fiskalnih koristi audiovizualne industrije u Hrvatskoj.

6.2. Direktan utjecaj na zaposlenost i bruto domaći proizvod

Audiovizualna industrija u Hrvatskoj zapošljava između 1.200 i 1.300 djelatnika. To su djelatnici zaposleni isključivo u proizvodnji i distribuciji filmova.

Grafikon 34. Broj zaposlenih u djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007.-2011.



Izvor: Izračun i prilagodba autora

Pored broja zaposlenih u kreativnim industrijama postoji značajan udio osoba koje su vezane uz tu djelatnost raznim povremenim ugovorima, primjerice autorskim ugovorom (za članove umjetničkih udruga i za one koji nisu članovi umjetničkih udruga), ugovorom o djelu ili studentskim ugovorom. Drugim riječima, prilikom razmatranja direktnog utjecaja na zaposlenost isključivo temeljem godišnjih izvješća poduzeća svjesno podcjenjujemo taj utjecaj zbog neuključivanja svih zaposlenih na privremenoj ili honorarnoj osnovi. Bez obzira na oblik i trajanje njihovog zaposlenja, oni svejedno barem kratkoročno rješavaju svoj status zaposlenih i time unaprjeđuju svoju financijsku poziciju¹⁸. Međutim, s obzirom na nedostupnost tih podataka te učinke nije bilo moguće obuhvatiti analizom.

Direktan utjecaj na bruto domaći proizvod uobičajeno se izražava mjerom dodane vrijednosti koju industrija generira. Prema Oxford Economics (2012) dodana vrijednost može se izračunati primjenom sljedeće formule:

$$VA = TR - (TC - LC) + \Delta I$$

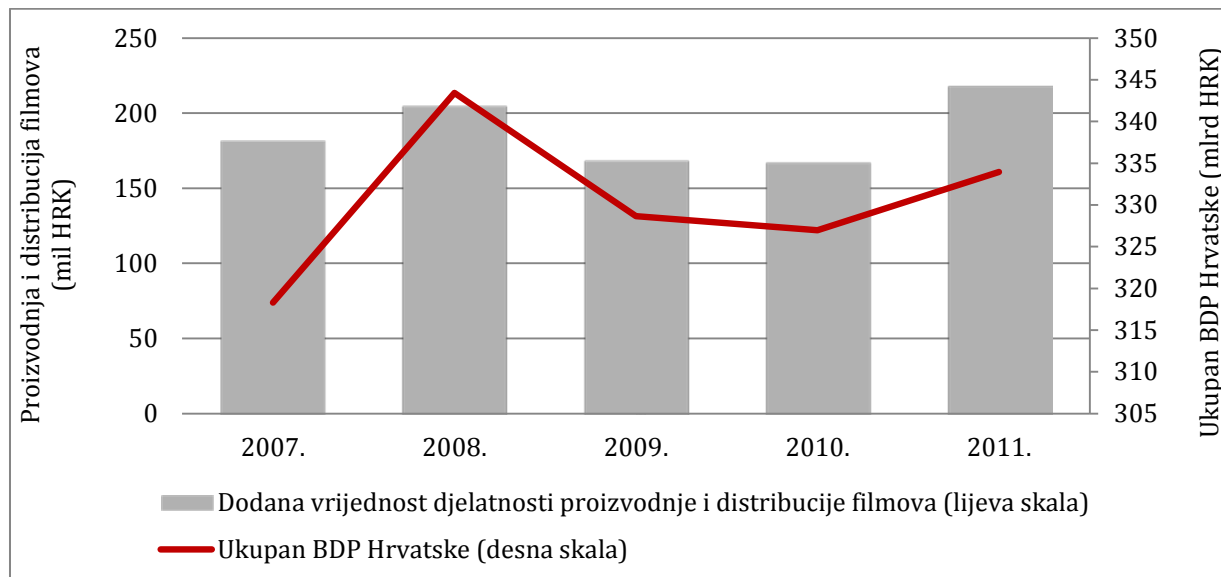
gdje su TR ukupni prihodi prije oporezivanja, TC ukupni troškovi, LC troškovi za zaposlene (trošak rada), a ΔI označava eventualnu korekciju promjena u zalihama¹⁹.

¹⁸ Za ovu je analizu zapravo sasvim nebitno radi li se o stalno zaposlenim pa im honoraran ili privremen posao nosi dodatni prihod ili o nezaposlenim osobama koje na taj način privremeno rješavaju svoje egzistencijalne potrebe.

¹⁹ U pojedinim slučajevima promatra se samo dodana vrijednost proizvodnje, bez uključivanja izvanrednih i financijskih prihoda i rashoda. Ta bi se mjera mogla izraziti kao razlika između prihoda od prodaje i troškova prodanih proizvoda (bez troškova za zaposlene) uz eventualnu korekciju u zalihama, amortizaciju, deprecijaciju i ostala vrijednosna usklađivanja kratkotrajne imovine. U tom je slučaju dodana vrijednost viša i iznosi prosječno godišnje 225,6 milijuna HRK.

Procjena direktnog utjecaja djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova na bruto domaći proizvod Hrvatske izračunata kao dodana vrijednost i gornje formule prikazana je na grafikonu 35. Iako je procijenjena direktna dodana vrijednost djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova relativno mala u odnosu na ukupan BDP Hrvatske (oko 0,1%), svedeno se može iščitati povoljni trend rasta te industrije.

Grafikon 35. Direktan utjecaj djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova na BDP i ukupan BDP Hrvatske u razdoblju 2007.-2011. (u mil. kuna i % BDP)



Izvor: Izračun i prilagodba autora

Stavljajući direktne učinke (prosječno 188,3 milijuna HRK godišnje) u odnos s godišnjim iznosom potpora audiovizualnoj industriji koje iznose 20 milijuna HRK, lako se može zaključiti da su *državne subvencije relativno male u odnosu na koristi koje potencijalno generira postojanje te industrije*. Valja naglasiti da aktivnosti AV djelatnosti imaju i brojne indirektne i inducirane učinke koji svakako nisu zanemarivi. O tim dodatnim učincima raspravlja se u nastavku rada (dio 6.4.).

6.3. Direktni fiskalni učinci

Direktni fiskalni učinci obuhvaćaju iznose uplaćenih doprinosa, poreza i prireza u državni proračun i proračune lokalnih jedinica vlasti koje proizlaze iz obveza poduzeća koja posluju u promatranoj djelatnosti.

Za potrebe istraživanja izdvojiti ćemo nekoliko ključnih izdvajanja za državni proračun. To su: *porez na dobit, porez na dohodak i doprinosi iz plaće i na plaću, i porez na dodanu vrijednost*.

Podaci o uplaćenom porezu na dobit dostupni su iz godišnjih financijskih izvješća analiziranih poduzeća.

Za procjenu uplaćenih doprinosa iz plaće i na plaću, poreza na dohodak i prireza porezu na dohodak korištena je prosječna porezna stopa (porezni klin) od 35% na ukupne troškove za zaposlenike. Taj je postotak odabran temeljem postojećih analiza procjena

poreznog klina u Hrvatskoj (za detalje vidjeti primjerice: Urban, 2009; Blažić i Trošelj, 2012), a njegova se konzervativnost opravdava činjenicom da samo doprinosi iz plaće i na plaću iznose 30,56% ukupnog troška za zaposlenika²⁰. Kad se tome dodaju još i porez na dohodak i prirez porezu na dohodak, porezni klin se dodatno povećava.

U analizi poreznog klina iz 2009. godine, porezni klin u slučaju 50% prosječne bruto plaće iznosio je 36%, u slučaju dvostrug iznosa prosječne bruto plaće 42%, a u slučaju trostrukog iznosa bruto plaće čak 52% (Urban, 2009)²¹.

Za procjenu državnih prihoda od poreza na dodanu vrijednost (PDV) dobara i usluga proizvedenih u djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova potrebno je uvesti dodatne pretpostavke. Zbog jednostavnosti, primijenit će se aktualne zakonske odrednice i kriteriji propisani Zakonom o PDV-u.

1. Pretpostavimo da je godišnji iznos isporučenih dobara i usluga koji služi kao osnova za obračun PDV-a točno jednak godišnjem prihodu od prodaje (budući da ti prihodi ne uključuju PDV).
2. Pretpostavimo da PDV plaćaju samo ona poduzeća koja su u tekućoj ili u barem jednoj od prethodnih 5 godina ostvarila prihode iznad praga za ulazak u sustav PDV-a²². Od 1. siječnja 2013. godine prag za obvezni upis u registar obveznika PDV-a iznosi 230 tisuća HRK (ranije je bio postavljen na 85 tisuća HRK).
3. Pretpostavimo da se sve robe i usluge oporezuju standardnom stopom od 25% (robe i usluge iz NKD razreda J59.11, J59.12 i J59.13), osim usluga javnog prikazivanja filmova koje se oporezuju sniženom stopom od 5% (robe i usluge iz NKD razreda J59.14).
4. Nadalje, valja naglasiti da se oporezivanje dodane vrijednosti obavlja prema *načelu odredišta*. To znači da se PDV plaća isključivo tamo gdje se dobro troši. Tako je izvoz dobara oslobođen PDV-a, ali se dobra oporezuju u zemlji u kojoj se troše. Na taj način uvezena i domaća dobra ravnopravno konkuriraju na domaćem tržištu (Kuliš, 2007). Analizom robne razmjene Republike Hrvatske s inozemstvom, može se vidjeti da je cijela skupina J59 u 2010. izvezla roba i usluga u ukupnoj vrijednosti od 23 milijuna HRK, odnosno 33 milijuna HRK u 2011., što predstavlja 0,04-0,05% ukupnog izvoza Republike Hrvatske (DZS, 2011). Ponešto viši izvoz ostvaren je u 2008. i 2009. od 41-44 milijuna HRK (DZS, 2009). Pretpostavimo da je taj cijeli iznos izvoza ostvaren unutar NKD razreda J59.11, J59.12 i J59.13, pa će taj iznos biti odbijen od ukupno oporezivog iznosa.
5. Svaki poduzetnik obveznik PDV-a koji je u lancu isporuke, od proizvođača, pružatelja usluga ili uvoznika, pa do trgovca u veleprodaji i maloprodaji, obračunava i naplaćuje PDV u računima za isporučena dobra i usluge, s time da ima pravo odbiti pretporez. To je svota PDV-a što ju je poduzetnik platio po osnovi računa za nabavu dobara i usluga što ih koristi u obavljanju gospodarske

²⁰ Ukupan trošak za zaposlenika podrazumijeva bruto plaću uvećanu za doprinose na plaću u ukupnom iznosu od 15,2% bruto plaće (doprinos za zdravstveno osiguranje 13%, poseban doprinos za zdravstveno osiguranje za prava u slučaju ozljede na radu i profesionalne bolesti 0,5% i doprinos za osiguranje za slučaj nezaposlenosti 1,7%). Udio doprinosa iz plaće i na plaću izračunat je kao zbroj doprinosa za mirovinsko osiguranje u iznosu od 20% bruto plaće i doprinosa na plaću 15,2% bruto plaće te podijeljen s ukupnim troškom za zaposlenika (prema navedenoj formuli to je 115,2% bruto plaće).

²¹ Trenutni porezni klin u Republici Hrvatskoj zasigurno je niži od procijenjenih u 2009. zbog promjena u poreznom sustavu koje su se u međuvremenu dogodile, tj. ukidanje kriznog poreza, promjena u broju i stopama poreza na dohodak i smanjivanje doprinosa za zdravstveno osiguranje.

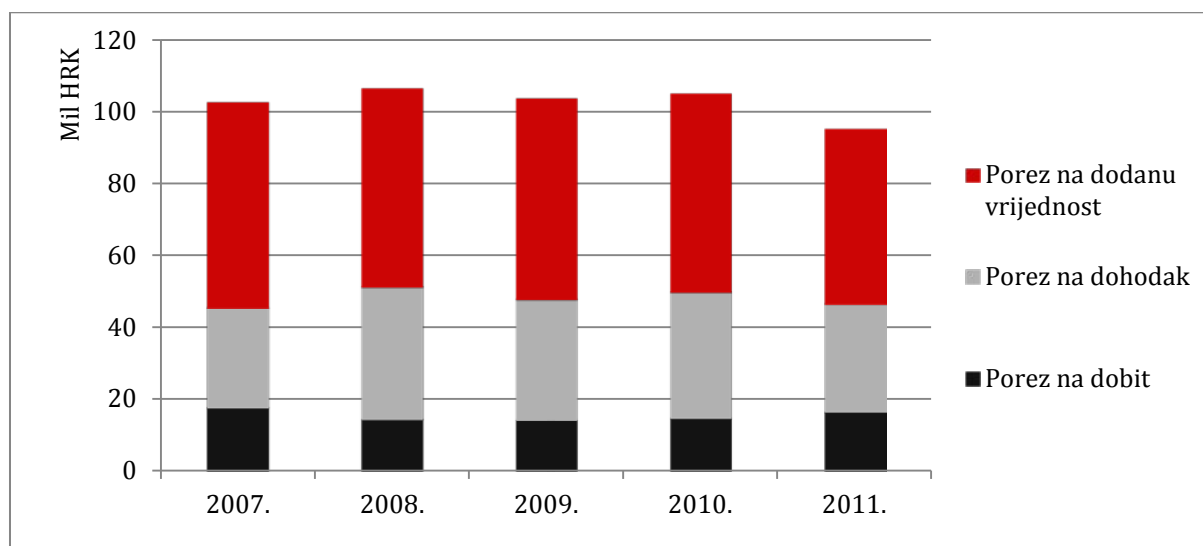
²² Ovdje se prvenstveno misli na 5 godina koje su obuhvaćene analizom, tj. unutar razdoblja 2007-2011. Npr. ako je poduzeće u 2009. ostvarilo prihode od 100 tisuća HRK (i time ne ulazi u sustav PDV-a), gleda se je li u 2007. ili 2008. ostvarilo prihode veće od praga za ulazak u sustav PDV-a. Ako je u barem jednoj od te dvije godine ostvarilo prihode veće od 230 tisuća HRK, tada ga smatramo obveznikom, a ako nije onda ga ne smatramo obveznikom PDV-a.

djelatnosti. Krajnji učinak je obračunavanje poreza na vrijednost što je nastala (dodana) u svakoj fazi prodaje dobara i usluga – poreza na dodanu vrijednost. Prema podacima Porezne uprave, od 2000. do 2009. prosječan postotak iznosa obračunatog pretporeza u primljenim isporukama dobara i usluga te iznosa PDV-a na oporezive isporuke iznosio je 67% u ukupno svim uslužnim djelatnostima (Djelatnost O – Ostale društvene, socijalne i osobne uslužne djelatnosti, prema NKD-u 2002). Pretpostavimo da je taj omjer važeći i za djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u cijelom promatranom razdoblju, što znači da svega jedna trećina iznosa PDV-a na oporezive isporuke doista i odlazi u državni proračun.

Pored poreza na dobit, poreza na dohodak i poreza na dodanu vrijednost, postoje još i velik broj drugih davanja poput primjerice komunalne naknade, spomeničke rente, doprinosa za šume, članarine i doprinosa Hrvatskoj gospodarskoj komori, RTV pristojba itd. Svi ti dodatni izdaci direktno ili indirektno idu u državni ili lokalne proračune²³. Za ta davanja ne postoje javno dostupni podaci po promatranim poduzećima pa ona nisu niti mogla biti uključena. Međutim u odnosu na gornje tri ključne kategorije poreza ta su davanja relativno mala, te stoga ne čine niti veliku razliku u izračunu ukupnih direktnih fiskalnih učinaka.

Procjenom direktnih fiskalnih učinaka djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa pokazuje se da se iz te industrije u državni proračun uplati prosječno godišnje oko 103 milijuna HRK, od čega je polovica (54 milijuna HRK) PDV.

Grafikon 36. Direktni fiskalni učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007.-2011.



Izvor: Izračun i prilagodba autora

Ukupni su direktni učinci vjerojatno i veći ukoliko se uključe sva fiskalna i neporezna davanja, ali i ako se učinci razmatraju na primjeru cijele populacije (podsjetimo se da su ovdje uključena samo poduzeća koja su predala godišnja financijska izvješća). Zanimljivo

²³ Pod indirektnim transferom u proračun smatra se uplaćivanje u proračune javnih državnih tijela ili poduzeća u (potpuno ili pretežno) državnom vlasništvu.

je i te direktne fiskalne učinke (prosječno 103 milijuna HRK godišnje) staviti u odnos s godišnjim iznosom potpora audiovizualnoj industriji koje iznose 20 milijuna HRK.

Slično kao i kod dodane vrijednosti (utjecaja na BDP), možemo zaključiti da je *maksimalan godišnji iznos državnih subvencija audiovizualnoj industriji relativno mali u odnosu na fiskalne koristi koje generira postojanje te industrije u obliku uplata poreza na dodanu vrijednost, poreza na dobit i poreza na dohodak u državni i proračune lokalnih jedinica vlasti.*

6.4. Procjena ukupnih učinaka

Pored direktnih učinaka potrebno je naglasiti značaj indirektnih i induciranih učinaka, kao i mogućih učinaka prelijevanja. Procjena tih učinaka uobičajeno se obavlja primjenom složenih analitičkih modela i softverima kojima se procjenjuju tzv. multiplikatori. U pozadini svih tih modela je modeliranje nacionalnih ili regionalnih input-output relacija. Najpoznatiji modeli koji se bave tim procjenama su:

- MDM (*Cambridge Econometrics' Multisectoral Dynamic Model*) je regionalizirani input-output model pomoću kojeg se za svaku industriju opisuje regionalni output identificiranjem izvora domaće i inozemne potražnje i mjere do koje je ta potražnja zadovoljena uvozom. Tim se modelom na regionalnoj razini zasebno razlučuje utjecaj svih komponenti konačne potražnje, tj. potrošnje kućanstava, investicija, državne potrošnje, promjene zaliha i izvoza.
- IMPLAN softver također je iznimno poznat i prihvaćen input-output model koji koristi nacionalne i regionalne podatke za procjenu valova ekonomske aktivnosti odnosno multiplikatornih učinaka. IMPLAN modelom se procjenjuje kako se novčana jedinica iz određene industrije troši u ostalim sektorima u gospodarstvu. U pozadini modela su razne input-output tablice koje mjere sve tokove novčanih jedinica između različitih sektora unutar jedne ekonomije.
- REMI (*Regional Economic Models, Inc.*) softver je dinamički model koji se sastoji od pet različitih blokova i koristi stotine različitih jednadžbi i tisuće različitih varijabli za procjenu utjecaja promjena ekonomskih politika na gospodarstvo. Blokovi REMI modela su (1) output, (2) potražnja proizvodnih faktora (kapitala i rada), (3) demografija, (4) plaće, cijene i troškovi proizvodnje i (5) tržišni udjeli. Promjena samo jedne od varijabli modela utječe ne samo na ostale varijable unutar istog bloka, već i na ostale varijable u drugim blokovima.
- RIMS II (*Regional Input-Output Modeling System*) sustav temelji se na računovodstvenom okviru kojim se tablično prikazuju distribucije kupljenih inputa i prodanih outputa. Efektivno korištenje multiplikatora za analizu učinaka pretpostavlja detaljne geografske i industrijske informacije o inicijalnim promjenama outputa, zarade ili zaposlenosti, a zatim se procjenjuje utjecaj šokova lokalne potražnje na ukupan bruto output, dodanu vrijednost, zaradu i zaposlenost u regiji.

Izračun multiplikatora temeljem input-output modela iznimno je složen posao koji iziskuje velik broj podataka i velik broj složenih procjena kojima se modeliraju međusobne relacije unutar nacionalne ili regionalne ekonomije. To značajno nadilazi primarne potrebe ove analize. Međutim, za okvirnu procjenu ukupnih učinaka korisne su procjene multiplikatora dostupne iz literature. U tablici 3 prikazani su rezultati različitih studija u kojima se raznim modelima obavila procjena multiplikatora u svrhu

kvantifikacije ukupnih gospodarskih i fiskalnih učinaka filmske industrije. Primjeri iz literature sugeriraju da se uobičajene vrijednosti multiplikatora kreću između 2 i 3.

To znači da na svakih 100 ljudi zaposlenih u audiovizualnoj industriji, dolazi još otprilike 200-300 drugih zaposlenih u industrijama koje se nalaze u cjelokupnom lancu opskrbe ili pak zbog povećane potrošnje nastale zaposlenošću u audiovizualnoj industriji. U smislu mjerenja ukupnih ekonomskih koristi to znači da na svakih 100 novčanih jedinica ukupnog outputa/dodane vrijednosti u audiovizualnoj industriji postoji još 200-300 novčanih jedinica outputa/dodane vrijednosti u drugim industrijama zbog direktne ili inducirane povezanosti s audiovizualnom industrijom.

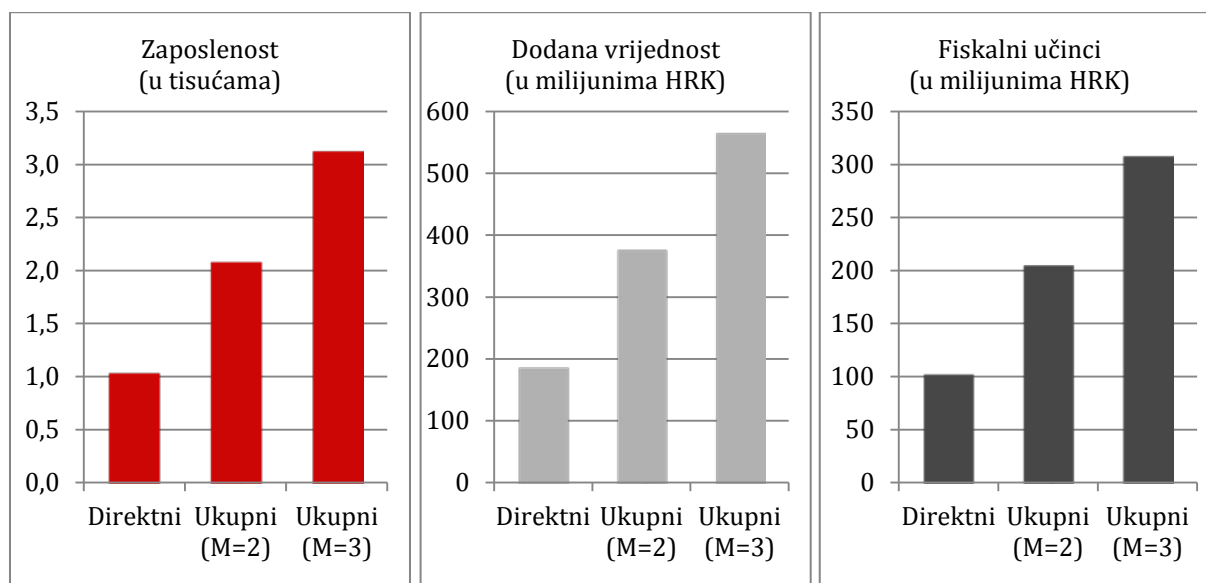
Tablica 8. Procijenjeni multiplikatori za filmsku i audiovizualnu industriju

Istraživanje	Zemlja	Primijenjena metoda	Multiplikator	Napomene
Olsberg SPI (2012)	Više zemalja diljem svijeta	Izračunati prosjek multiplikatora iz dostupnih istraživanja (vrijednosti se uglavnom kreću između 2 i 3)	2,34	Posebno navode Australiju - 2,67, Novi Zeland - 2,55, Južnu Afriku - 2,5, Veliku Britaniju - 2,0
Cambridge Econometrics (2005)	Velika Britanija	Cambridge Econometrics' Multisectoral Dynamic Model (MDM)	1,6-2,5	Učinak na ukupnu dodanu vrijednost Velike Britanije pri rastu potražnje za 1 mil. £ u filmskoj industriji u određenoj regiji.
Oxford Economics (2012)	Velika Britanija	Annual Business Survey (ABS) za indirektnu učinke i Oxford Economics ekonometrijski model za inducirane učinke	2	2,60-2,88 sa svim uključenim učincima (indirektni, inducirani i učinci prelijevanja).
PricewaterhouseCoopers (2012)	Novi Zeland	Nema detaljnih informacija o primijenjenoj metodologiji	1,90-2,24	1,90 za dohodak od rada, 2,17 za dodanu vrijednost i 2,24 za zaposlenost.
ESI Corporation (2010)	Arizona, SAD	IMPLAN ekonometrijski model	3,26	3,13 za dodanu vrijednost 3,16 za dohodak od rada 2,07 za zaposlenost
Klowden, Chatterjee i Flor Hynek (2010)	Kalifornija, SAD	RIMS II multiplikatori Zavoda za ekonomske analize	2,66/3,40	2,66 za realni output i 3,40 za zaposlenost

Ukupni učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova predstavljaju zbroj direktnih, indirektnih i induciranih učinaka. Direktni gospodarski i fiskalni učinci već su ranije procijenjeni, a za procjenu ostalih učinaka poslužit ćemo se vrijednostima multiplikatora iz literature. Pretpostavit ćemo da vrijednosti ukupnih učinaka dupliciraju i utrostručuju

vrijednosti isključivo direktnih učinaka. Ta je pretpostavka u skladu s nalazima iz literature, a vrijednosti ukupnih učinaka pomoću multiplikatora 2 možemo smatrati donjom, a pomoću multiplikatora 3 gornjom granicom.

Grafikon 37. Procijenjeni godišnji direktni i ukupni učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova uz primjenu različitih multiplikatora ($M=2$ i $M=3$), prosjek razdoblja 2007-2011.



Izvor: Izračun autora

Ukupni procijenjeni godišnji učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa prikazani na grafikonu pokazuju pravu važnost ove industrije. Ovom se industrijom direktno zapošljava prosječno 1.042 osobe te se potpomaže zapošljavanje dodatnih 1.042-2.083 osoba u lancima proizvodnje ili zbog povećane potrošnje iz ostvarenih dohoda u audiovizualnoj industriji. Nadalje, direktna prosječna godišnja dodana vrijednost (doprinos bruto domaćem proizvodu) djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa je 188 milijuna kuna, a ukupna dodana vrijednost kreće se između 377 i 565 milijuna kuna. Direktni fiskalni prosječni godišnji učinci iznose 103 milijuna, a ukupni između 205 i 308 milijuna kuna.

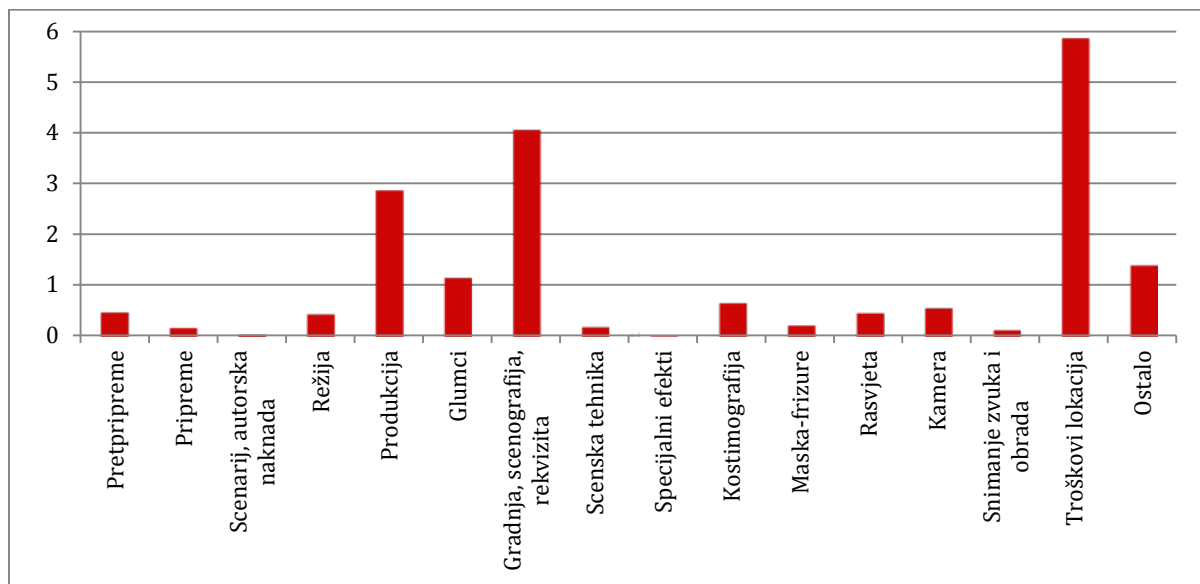
Usporedbom ukupnih procijenjenih ekonomskih i fiskalnih učinaka i maksimalnog godišnjeg iznosa državnih potpora namijenjenih audiovizualnoj industriji, može se zaključiti da je ukupan godišnji iznos državnih potpora audiovizualnoj industriji relativno nematerijalan u odnosu na ukupnu ekonomsku i fiskalnu korist koju ostvaruje ta industrija.

6.5. Analiza ukupnih učinaka po projektima iz 2012.

Prema evidenciji Hrvatskog audiovizualnog centra, u 2012. pet je projekata predalo zahtjev za isplatu poticaja temeljem Zakona o audiovizualnim djelatnostima i sukladno Pravilniku o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela. Ukupna vrijednost lokalnih proračuna tih projekata iznosila je oko 33,1 mil. kuna, a ukupan iznos odobrenih poticaja po tim projektima je 6,4 mil. kuna, odnosno 19,4% ukupnih poticaja.

Suglasnost korištenja detaljnih troškovnika u svrhu provedbe ove analize dalo je ukupno 4 projekata²⁴. Ukupni troškovi tih projekata iznose 18,8 mil. HRK, a distribucija troškova po ključnim stavkama proizvodnje prikazana je u grafikonu 19.

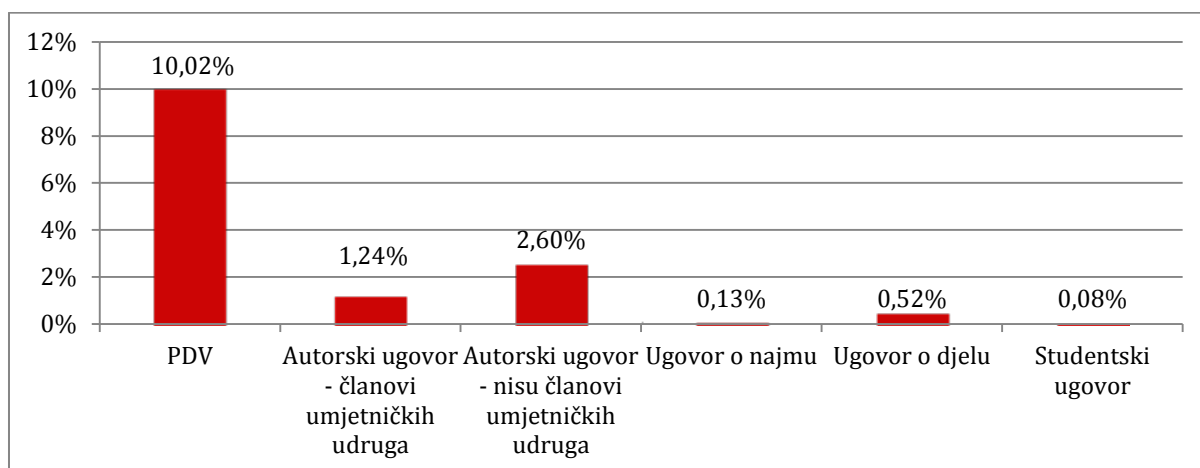
Grafikon 38. Agregatna distribucija troškova četiri projekta iz 2012. po ključnim stavkama proizvodnje (u mil. kuna)



Izvor: Izračun i prilagodba autora

Trećina (31,2%) ukupnih troškova analiziranih projekata odnosi se na troškove lokacija, a slijede je gradnja, scenografija, rekvizita (21,7%) i produkcija (15,3%). Troškovnici tri od četiri projekata imaju detaljnu razradu direktno uplaćenih poreza i doprinosa u državni proračun temeljem ostvarenih troškova prilikom proizvodnje audiovizualnog djela.

Grafikon 39. Udjeli troškova po uplaćenim porezima i doprinosima u ukupnim troškovima proizvodnje



Izvor: Izračun i prilagodba autora

²⁴ Hrvatski audiovizualni centar autorima ove analize dao je na raspolaganje detaljne troškovnike isključivo za potrebe izrade ove analize, te uz prethodnu suglasnost podnositelja zahtjeva za poticajima uz opasku da se podaci smiju koristiti isključivo na agregatnoj razini bez jasnog identificiranja podnositelja zahtjeva. Autori analize ne preuzimaju odgovornost za eventualne pogreške u primljenim podacima.

Najviši udio uplaćenog poreza odnosi se na plaćeni porez na dodanu vrijednost, što je 10% ukupnog iznosa troškova po troškovnicima. Najveći dio uplaćenog PDV-a u iznosu od oko pola milijuna kuna (36,0% uplaćenog PDV-a) nalazi se na stavci troškovi lokacija, a 405 tisuća kuna (29,1% ukupno uplaćenog PDV-a) na stavci gradnja, scenografija, rekviziti.

Ukupan udio svih prikazanih troškova po uplaćenim porezima i doprinosima iznosi 14,6% ukupnih troškova proizvodnje. Kad se ti troškovi uplaćenih poreza i doprinosa stave u razmjer s iznosima primljenih poticaja za proizvodnju audiovizualnih djela može se zaključiti da se čak *75,4% ukupnog iznosa isplaćenih poticaja za proizvodnju audiovizualnih djela direktno vrati u proračun kroz kanale uplaćenih poreza i doprinosa*. Već je ranije objašnjeno kako proizvodnja audiovizualnih djela generira i značajne pozitivne indirektno i inducirane učinke. Za te je učinke temeljem postojećih nalaza iz literature procijenjeno da za svaku kunu fiskalnog direktnog učinka generiraju dodatno između 1 i 2 kune indirektnih i induciranih fiskalnih učinaka. Ukoliko pretpostavimo jednak multiplikativni učinak u promatrana tri projekta iz 2012., možemo ustvrditi da se *svakom isplaćenom kunom poticaja proizvodnji audiovizualnih djela u 2012. u državni proračun vratilo otprilike 1,5-2,3 kune, odnosno između 50,8% i 126,1% više od iznosa isplaćenih sredstava poticaja*.

7. ZAKLJUČAK

Audiovizualna (AV) djelatnost jedan je od najvažnijih sektora u području kulture jer istovremeno stvara ekonomsku i kulturnu vrijednost. U Europi se potpore audiovizualnoj djelatnosti raspodjeljuju putem nacionalnih fondova i sustava potpora. Brojem fondova prednjači Francuska (48), kao i iznosom koji izdvaja (581,2 milijuna eura). S druge strane, najmanje sredstava za AV djelatnost izdvaja Rumunjska (0,8 milijuna eura).

Specifičnost audiovizualne industrije u velikoj mjeri se odražava i na strukturu troškova u kojima (više od $\frac{3}{4}$) prevladavaju troškovi materijala (nabave roba i usluga). Ukupni troškovi poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u EU iznose preko 50 milijardi eura, od čega se gotovo 40 milijardi troši na nabavu proizvoda i usluga (materijalne troškove). Imajući u vidu veličinu i raznolikost troškova, audiovizualna djelatnost ima prilično velik utjecaj na ostale gospodarske sektore, a posredno i na državne prihode (kroz oporezivanje potrošnje, dohotka i dobiti). Zbog toga se AV industriji često daju državne potpore radi širenja i jačanja djelatnosti te ostvarivanja izravnih i neizravnih gospodarskih i fiskalnih učinaka.

7.1. Državne potpore audiovizualnoj djelatnosti u Hrvatskoj i usklađenost s potporama u EU

Hrvatski Zakon o audiovizualnim djelatnostima predviđa dva sustava financiranja. Jedan je u službi kulturne politike i provodi ga Hrvatsko audiovizualno vijeće putem javnog poziva. Prijavljene projekte razmatraju umjetnički savjetnici koji odlučuju o dodjeli raspoloživih sredstava. Drugi sustav, predmet ovog istraživanja, temelji se na gospodarskoj politici kojoj je cilj rast BDP-a, fiskalnih prihoda, rast zaposlenosti i dr. To je sustav poticanja ulaganja u proizvodnju AV djela, čiji je cilj razvoj projekata s područja filmskih AV djelatnosti, stvaranje povoljnih uvjeta razvoja međunarodne filmske suradnje i međunarodnih koprodukcija, razvoja struke i afirmiranje Hrvatske kao produkcijske lokacije. Poticanje se ostvaruje povratom dijela novčanih sredstava utrošenih u Hrvatskoj za proizvodnju AV djela, u iznosu 20% ukupnog iznosa troškova za proizvodnju igranih, animiranih i dokumentarnih filmova, televizijskih filmova i televizijskih serija namijenjenih javnom prikazivanju. Ukupni iznos financiranja po projektu ne može iznositi više od 4 milijuna kuna, a najmanje 20% potpore korisnik smije potrošiti u drugim državama članicama EU, uz posebna pravila za teška ili zahtjevna AV djela te djela niskog proračuna.

Hrvatska su pravila o državnim potporama AV djelatnosti u skladu s pravilima EU, odnosno Cinema Communication, dokumentu koji sadrži pravila za ocjenu državnih potpora kinematografskoj i AV djelatnosti. Tekst tog dokumenta prenesen je u hrvatsko zakonodavstvo Odlukom Vlade RH, a i ostali su propisi (Zakon i Pravilnik) usklađeni s europskim zakonodavstvom te posebice pravilima o državnim potporama. To je Rješenjem potvrdila i Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, odobravajući državnu potporu u obliku subvencije u ukupnom iznosu od 40 milijuna kuna za 2012. i 2013. godinu.

7.2. Gospodarski učinci audiovizualne djelatnosti u Europskoj uniji

Audiovizualna djelatnost osim kulturne proizvodi i značajnu ekonomsku vrijednost. O značajnoj ulozi tog sektora u gospodarstvu govore i podaci o poslovanju. Gotovo 90 tisuća poduzeća u EU obavlja djelatnost vezane uz filmove, video filmove i televizijski program. Ta poduzeća ostvaruju godišnji promet od 55 milijardi eura (hrvatski BDP je oko 45 milijardi eura) i zapošljavaju oko 300 tisuća ljudi.

Najveće audiovizualne sektore (prema broju poduzeća, zaposlenika i ukupnom prometu) imaju Francuska i UK, a slijede ih Italija, Njemačka i Španjolska. Zemlja EU s najnerazvijenijom audiovizualnom djelatnošću su Cipar, Latvija i Litva (podaci za Maltu nisu dostupni).

U Hrvatskoj se djelatnostima vezanim uz filmove, video filmove i televizijski program bavi nešto manje od 500 poduzeća koja ostvaruju oko 100 milijuna eura prometa, a zapošljavaju nešto više od tisuću zaposlenika. Hrvatska će ulaskom u EU postati članica s relativno malim audiovizualnim sektorom (tek nešto većim od Cipra, Latvije i Litve). Audiovizualna djelatnost u Hrvatskoj je prema pokazateljima dodane vrijednosti, prividne proizvodnosti rada i operativne bruto profitne stope uspješnija od većih audiovizualnih djelatnosti novih, ali i starih zemalja članica EU. Primjerice, prema podacima o operativnoj bruto profitnoj stopi Hrvatska je u usporedbi s članicama EU 2010. zauzimala - osmo mjesto (iza Italije, Njemačke, Francuske, Nizozemske, Mađarske, Rumunjske i Latvije).

7.3. Poslovanja poduzeća iz audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj

Trendovi kretanja prometa ukazuju na ponešto bolji položaj poduzeća iz audiovizualne industrije u odnosu na ostala uslužna poduzeća u Hrvatskoj. To je posebice vidljivo u doba nakon početka krize, budući da su poduzeća iz ukupno svih uslužnih djelatnosti zabilježila značajniji pad prometa.

Najveći dio poduzeća unutar djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova bavi se proizvodnjom (prosječno 77% od 2007. do 2011.). Međutim, ta su poduzeća u promatranom razdoblju zapošljavala 52% djelatnika unutar te djelatnosti.

Od 2007. do 2011. ukupna imovina poduzeća iz AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova značajno nadilazi obveze. Tako u strukturi imovine u 2011. rastu investicije te postrojenja i opreme, ali se i smanjuje vrijednost nepokretne imovine (zemljišta i nekretnina). U cijelom razdoblju tvrtke iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u prosjeku ostvaruju pozitivan financijski rezultat. Ukupni prihodi tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova zabilježili su blagi pad, a dobit prije oporezivanja se smanjuje u 2008. , a nakon toga bilježi rasta pa je u 2011. u odnosu na 2007. zabilježen rast dobiti prije oporezivanja od čak 24,7%. Taj se trend preslikao i na pokazatelje profitabilnosti ukupne industrije pa je bruto marža profita porasla s 14% u 2007. na 18% u 2011., odnosno neto marža s 12% u 2007. na 16% u 2011.

7.4. Pokazatelji poslovanja audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj, Europi i svijetu

Bruto marža profita poduzeća iz AV sektora u Europi i svijetu u 2011. iznosila je 33% u Europi i 23% u svijetu. Međutim povrat na imovinu te posebno povrat na kapital u Hrvatskoj je znatno veći od europskog, ali i svjetskog prosjeka.

Koeficijenti obrta potraživanja, zalihe i ukupne imovine ukazuju na veću aktivnost europskih i svjetskih poduzeća u odnosu na poduzeća u Hrvatskoj. To je rezultat prosječno većih prihoda od prodaje u odnosu na potraživanja, zalihe i ukupnu imovinu. *Niski koeficijenti obrta uz visoku maržu profita ukazuju na troškovnu učinkovitost hrvatskog AV sektora u odnosu na europski i svjetski prosjek.* Ipak, treba istaknuti kako je Hrvatski AV sektor zaduženiji od prosjeka zaduženosti poduzeća u Europi i svijetu, i zaostaje u pogledu likvidnosti. Drugim riječima, *hrvatski AV sektor je u europskim i svjetskim okvirima učinkovit i profitabilan, ali nelikvidan i zadužen.*

7.5. Gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti

Procjena direktnog utjecaja djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova na bruto domaći proizvod Hrvatske izračunata kao dodana vrijednost. Procijenjena direktna dodana vrijednost djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova iznosi 188 milijuna kuna i relativno je mala u odnosu na ukupan BDP Hrvatske (oko 0,1%), svejedno se može iščitati povoljni trend rasta te industrije.

Usporedbom direktnih učinaka (prosječno 188,3 milijuna HRK godišnje) i godišnjeg iznosa potpora audiovizualnoj djelatnosti koje iznose 20 milijuna HRK, lako je zaključiti da su državne potpore relativno male u odnosu na koristi koje potencijalno generira postojanje te djelatnosti. Valja naglasiti da aktivnosti AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa imaju i brojne indirektne i inducirane učinke koji svakako nisu zanemarivi.

Procjenom direktnih fiskalnih učinaka djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa pokazuje se da se iz AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa u Državni proračun uplati prosječno godišnje oko 103 milijuna HRK, od čega je polovica (54 milijuna HRK) PDV.

Ukupni su direktni učinci vjerojatno i veći ukoliko se uključe sva fiskalna i neporezna davanja, ali i ako se učinci razmatraju na primjeru cijele populacije (podsjetimo se da su ovdje uključena samo poduzeća koja su predala godišnja financijska izvješća).

Korisno je direktne fiskalne učinke (prosječno 103 milijuna HRK godišnje) usporediti s godišnjim iznosom potpora audiovizualnoj industriji koje iznose 20 milijuna HRK. Slično kao i kod dodane vrijednosti (utjecaja na BDP), možemo zaključiti da je maksimalan godišnji iznos državnih potpora audiovizualnoj industriji relativno mali u odnosu na fiskalne koristi koje generira postojanje te industrije u obliku uplata poreza na dodanu vrijednost, poreza na dobit i poreza na dohodak u državni i proračune lokalnih jedinica vlasti.

Pored direktnih učinaka potrebno je naglasiti značaj indirektnih i induciranih učinaka, kao i mogućih učinaka prelijevanja. Procjena tih učinaka uobičajeno se obavlja primjenom složenih analitičkih modela i softverima kojima se procjenjuju tzv. multiplikatori. U pozadini svih tih modela je modeliranje nacionalnih ili regionalnih input-output relacija. Za okvirnu procjenu ukupnih učinaka korisne su procjene multiplikatora dostupne iz literature (vidi: Cambridge Econometrics (2005) Oxford Economics (2012) PricewaterhouseCoopers (2012) ESI Corporation (2010)). Rezultati kvantifikacije ukupnih gospodarskih i fiskalnih učinaka filmske industrije ukazuju da se vrijednosti multiplikatora kreću između 2 i 3. To znači da na svakih 100 osoba zaposlenih u audiovizualnoj industriji, dolazi još otprilike 200-300 drugih zaposlenih u industrijama koje se nalaze u lancu opskrbe ili pak zbog povećane potrošnje nastale zaposlenošću u audiovizualnoj industriji. Na 100 novčanih jedinica ukupnog outputa/dodane vrijednosti u audiovizualnoj industriji postoji još 200-300 novčanih jedinica outputa/dodane vrijednosti u drugim industrijama zbog direktne ili inducirane povezanosti s audiovizualnom industrijom.

U AV djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa zaposleno je prosječno 1.042 osobe te potpomaže zapošljavanje dodatnih 1.042-2.083 osoba u lancima proizvodnje ili zbog povećane potrošnje iz ostvarenih dohodaka u audiovizualnoj industriji.

Direktna prosječna godišnja dodana vrijednost (doprinos bruto domaćem proizvodu) djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova, videofilmova i televizijskog programa je 188 milijuna kuna, a ukupna je dodana vrijednost između 377 i 565 milijuna kuna. Direktni fiskalni prosječni godišnji učinci su 103 milijuna, a ukupni između 205 i 308 milijuna kuna.

Usporedbom ukupnih procijenjenih ekonomskih i fiskalnih učinaka i maksimalnog godišnjeg iznosa državnih potpora namijenjenih audiovizualnoj industriji, može se zaključiti da je ukupan godišnji iznos državnih potpora audiovizualnoj industriji relativno nematerijalan u odnosu na ukupnu ekonomsku i fiskalnu korist koju ostvaruje ta industrija.

7.6. Gospodarski i fiskalni učinci četiri audiovizualna djela u 2012.

Prema evidenciji Hrvatskog audiovizualnog centra, u 2012. pet je projekata predalo zahtjev za isplatu poticaja temeljem Zakona o audiovizualnim djelatnostima i sukladno Pravilniku o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela. Ukupna vrijednost proračuna tih projekata je oko 33,1 mil. kuna, a ukupan iznos odobrenih poticaja po tim projektima je 6,4 mil. kuna (19,4% ukupnih poticaja). Suglasnost korištenja detaljnih troškovnika u svrhu provedbe ove analize odobrilo je četiri projekata²⁵. Ukupni troškovi četiri projekata iznose 18,8 mil. HRK. Ukupan udio svih prikazanih troškova po uplaćenim porezima i doprinosima iznosi 14,6% ukupnih troškova proizvodnje. Kad se troškovi uplaćenih poreza i doprinosa stavi u razmjer s iznosima primljenih poticaja za proizvodnju audiovizualnih djela može se zaključiti da se čak 75,4% ukupnog iznosa

²⁵ Hrvatski audiovizualni centar autorima ove analize dao je na raspolaganje detaljne troškovnike isključivo za potrebe izrade ove analize, te uz prethodnu suglasnost podnositelja zahtjeva za poticajima uz opasku da se podaci smiju koristiti isključivo na agregatnoj razini bez jasnog identificiranja podnositelja zahtjeva. Autori analize ne preuzimaju odgovornost za eventualne pogreške u primljenim podacima.

isplaćenih poticaja za proizvodnju audiovizualnih djela vrati u proračun kroz uplaćene poreze i doprinose.

Proizvodnja audiovizualnih djela generira i značajne pozitivne indirektne i inducirane učinke. Za te je učinke temeljem postojećih nalaza iz literature procijenjeno da za svaku kunu fiskalnog direktnog učinka generiraju dodatno između 1 i 2 kune indirektnih i induciranih fiskalnih učinaka. Ukoliko pretpostavimo jednak multiplikativni učinak u promatrana tri projekta iz 2012., možemo ustvrditi da se isplaćenom kunom poticaja proizvodnji audiovizualnih djela u 2012. u Državni proračun vrati 1,5-2,3 kune, odnosno između 50,8% i 126,1% više od iznosa isplaćenih sredstava poticaja.

8. LITERATURA

- AZTN, 2011.** *Izvješće o državnim potporama za 2010. godinu.* Zagreb: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja.
- AZTN, 2012.** *Izvješće o državnim potporama za 2011. godinu.* Zagreb: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja.
- Beath, L., 2012.** *Study – Identification of financing tools for film and audiovisual production and their practical use in the South Mediterranean region.* Euromed Audiovisuel EU Funded Programme.
- Biznet, 2013.** *Registar gospodarskih subjekata.* Zagreb: HGK.
- Blaney, M., 2012.** EC addresses Cinema Communication concerns. *ScreenDaily*, 28.12.2012.
- Blažić, H. i Trošelj, I., 2012.** *Međunarodna usporedba poreznog opterećenja radne snage: Utjecaj nove metodologije na položaj Hrvatske.* Dostupno na: [http://bib.irb.hr/datoteka/589765.Blazic_Troselj_-_Copy.pdf].
- Broche, J. [et al.], 2007.** „State aid for films – a policy in motion?“ *Competition Policy Newsletter*, No. 1.
- Cambridge Econometrics, 2008.** *Study on the Economic and Cultural Impact, notably on Co-productions of Territorialisation Clauses of state aid Schemes for Films and Audiovisual Productions.* A final report for the European Commission, DG Information Society and Media.
- Cambridge Econometrics, Covent Garden, Cambridge, 2010.** A final report for the European Commission, DG Information Society and Media.
- Cambridge Econometrics, 2005.** *The Economic Impacts of the UK Screen Industry.* Cambridge: Cambridge Econometrics.
- De Vinck, S., Lindmark, U. i Simon, J.P., 2012.** *Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries.* European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies.
- DZS (2003-2012.).** *Statistički ljetopis.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- DZS, 2007.** *NKD 2007. s objašnjenjima.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- DZS, 2009.** „Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom za razdoblje od siječnja do prosinca 2009.“ *Priopćenje br. 4.2.1/12.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- DZS, 2011.** „Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom za razdoblje od siječnja do prosinca 2011.“ *Priopćenje br. 4.2.1/12. – CORR.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- DZS, 2012a.** „Strukturno-poslovni pokazatelji poduzeća u 2010“. *Priopćenje br. 15.1.2.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- DZS, 2012b.** *Mjesečno statističko izvješće, 11/2012.* Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- ESI Corporation, 2010a.** *Economic and Fiscal Impact Analysis of Proposed Motion Picture Tax Credit (SB 1409).* Prepared for ESI Corporation.
- ESI Corporation, 2010b.** *Economic and Fiscal Impact Analysis of Proposed Motion Picture Tax Credit (SB 1409).* Prepared for ESI Corporation.

- European Audiovisual Observatory, 2011.** *Public funding for film and audiovisual works in Europe. 2011 edition.* Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- European Audiovisual Observatory, 2012.** *FOCUS 2012 - World Film Market Trends.*
- European Commission, 2009.** *State aid: Commission prolongs film support rules until end 2012.* Bruxelles, European Commission.
- European Commission, 2010.** *DG Information Society and Media Multi-Territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union.* Bruxelles: European Commission.
- European Commission, 2011.** *State aid: Commission consults on support to film sector.* Bruxelles, European Commission.
- European Commission, 2012.** *Competition, State Aid – Sector-specific Rules.* Bruxelles: European Commission.
- European Commission, 2013.** *State Aid Control.* Bruxelles: European Commission.
- European Commission, Audiovisual and Media Policies, 2013.** *Studies.* Bruxelles: European commission.
- Friedlob, G. T. i Schleifer, L. L. F., 2003.** *Essentials of Financial Analysis.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Klowden, K., Chatterjee, A. i Flor Hynek, C., 2010.** *Film Flight: Lost Production and Its Economic Impact on California.* Milken Institute: California Center.
- Kuliš, D., 2007.** „Oporezivanje potrošnje, nasljedstva i darova“ u: K. Ott, ur. *Javne financije u Republici Hrvatskoj.* Zagreb: Institut za javne financije, 25-34.
- Nacionalni** program primicanja audiovizualanog stvaralaštva. Dostupno na: [http://www.havc.hr/baza/201105271222530.Nacionalni_program_HAVC_web.pdf].
- New Zealand Ministry of Economic Development, 2012.** *Growth and Dynamics of the New Zealand Screen Industry.* New Zealand Ministry of Economic Development.
- Odluka** o objavljivanju popisa pravila o državnim potporama, NN 121/06. Zagreb: Narodne novine.
- Odluka** o objavljivanju pravila i državnoj potpori kinematografskoj i ostaloj audiovizualnoj djelatnosti, NN 46/08, 144/11. Zagreb: Narodne novine.
- OECD, 2008.** *The Economic and Fiscal Impacts of Connecticut's Film Tax Credit.* Paris: OECD.
- Olsberg SPI, 2012.** *Building sustainable film businesses: The challenges for industry and government - An independent research report from Olsberg SPI.* London: Olsberg SPI.
- Oxford economics, 2012.** *The economic impact of UK film industry.* Oxford: Oxford Economics.
- Pravilnik** o načinu i postupku provedbe javnoga natječaja za sufinanciranje audiovizualnih i radijskih programa iz sredstava Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, kriterijima za dodjelu sredstava te načinu praćenja trošenja sredstava i ostvarivanja programa za koja su dodijeljena, NN 43/10, 141/10. Zagreb: Narodne novine.

Pravilnik o obliku i sadržaju te načinu prikupljanja podataka i vođenja evidencija o državnim potporama, NN 47/12. Zagreb: Narodne novine.

Pravilnik o postupku, kriterijima i rokovima za provedbu Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva, NN 118/12. Zagreb: Narodne novine.

Pravilnik o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela, NN 86/12, 104/12. Zagreb: Narodne novine.

Pravilnik o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela NN 86/12, 104/12. Zagreb: Narodne novine.

PricewaterhouseCoopers, 2012. *Economic contribution of the New Zealand film and television industry.* London: PricewaterhouseCoopers.

Priopćenje Komisije EU o kriterijima ocjene državnih potpora sukladno Priopćenju Komisije o određenim pravnim aspektima u vezi s kinematografskom i ostalim audiovizualnim djelatnostima (Priopćenje o kinematografiji) od 26. rujna 2001. godine (52009XC0207(01), SL C 31, 7. 2. 2009., str. 1.).

Priopćenje Komisije EU Vijeću, Europskom parlamentu, Gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija o nekim pravnim aspektima u vezi s kinematografskim i ostalim audiovizualnim djelatnostima 52001DC0534, (SL C 43, 16.02.2002., str. 6-17), čije je važenje produženo 2004. godine dokumentom 52004DC0171, (SL C 123, 30.4.2004, str. 1-7) te ponovo 2007. godine 52007XC0616, (SL C 134, 16.06.2007, str. 5.).

Reiter, A., 2009. *The refined economic approach in the state aid action plan: the balancing test.* Master thesis. College of Europe, Bruges Campus, Economic Department.

Rješenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja od 14. veljače 2012., Klasa: UP/I 430-01/11-03/0002, Urbroj: 580-03/12-43-07

Simon, J.P., ur., 2012. *Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector. European Commission, JRC Technical Reports.*

Tannenwald, R., 2010. *State film subsidies, Not much bank for too many bucks.* Washington D.C.: CBPP.

Urban, I., 2009. „Porezno opterećenje rada u Hrvatskoj“. *Newsletter, br. 47.* Zagreb: Institut za javne financije.

Uredba o državnim potporama NN 50/06. Zagreb: Narodne novine.

Zakon o audiovizualnim djelatnostima, NN 76/07, 90/11. Zagreb: Narodne novine.

Zakon o audiovizualnim djelatnostima, NN 76/07, 90/2011. Zagreb: Narodne novine.

Zakon o državnim potporama, NN 140/05, 49/11. Zagreb: Narodne novine.

Žager, K. i Žager, L., 1999. *Analiza financijskih izvještaja.* Zagreb: Masmedia.

Baze podataka

European Audiovisual Observatory.

EURIMAGES - European Cinema Support Fund.

Cineeuropa.

9. POJMOVNIK

Audiovizualne djelatnosti - razvoj, proizvodnja, promocija, distribucija i prikazivanje audiovizualnih djela, a obuhvaćaju i proizvodnju jednog ili više audiovizualnih i multimedijских programa, pružanje audiovizualnih medijskih usluga, audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev i usluga elektroničkih publikacija te prijenos i/ili retransmisiju audiovizualnih programa i njihovih dijelova.

Audiovizualna djela - igrani i dokumentarni filmovi, animirani filmovi, alternativni filmovi, eksperimentalni filmovi te sva druga audiovizualna djela, koja su umjetnički i/ili autorski izraz bez obzira na tehnologiju kojom su nastala, podlogu na kojoj su fiksirana te način na koji se prikazuju.

Audiovizualno djelo niskoga proračuna - svako djelo čiji troškovi proizvodnje ne premašuju prosječne troškove audiovizualnog djela u njegovoj kategoriji (cjelovečernji igrani film, kratki igrani film, cjelovečernji dokumentarni film, kratki dokumentarni film, animirani film, eksperimentalni film) koje je pretežito financirano iz javnih sredstava Republike Hrvatske u zadnje tri godine.

Operativna bruto profitna stopa - omjer bruto poslovnog viška (dodane vrijednosti umanjene za troškove osoblja) i ostvarenog prometa.

Izvršitelj usluge proizvodnje inozemnog djela (*eng. production service company*)-pravna osoba registrirana u RH za proizvodnju audiovizualnih djela, koja temeljem ugovorene suradnje s inozemnim subjektom pruža usluge proizvodnje inozemnog djela u RH te podnosi Zahtjev.

Komplementarne djelatnosti - zaštita audiovizualne baštine, uključujući kinotečnu djelatnost, filmske festivale i druge audiovizualne manifestacije, te djelatnosti razvijanja audiovizualne kulture, programi promocije i prodaje hrvatskih audiovizualnih djela, međunarodna suradnja, proučavanje i kritičko vrednovanje audiovizualnih djelatnosti, izdavaštvo u području audiovizualnih djelatnosti, programi stručnog usavršavanja i programi audiovizualnih udruga i organizacija.

Kvalifikacijski test - test koji ispunjava podnositelj Zahtjeva čija je svrha kroz sustav bodova vrednovati kulturni sadržaj audiovizualnog djela za koje se traži financijski poticaj, doprinos ljudskih potencijala i korištenje produkcijskih potencijala RH. Podnositelj Zahtjeva čije djelo u Kvalifikacijskom testu ostvari veći broj bodova od djela nekog drugog podnositelja, ne ostvaruje nikakve pogodnosti prilikom redoslijeda obrade Zahtjeva niti rezervacije sredstava. Test se sastoji od dijela A – kulturni sadržaj, Dijela B – kreativna suradnja i Dijela C – produkcija/korištenje hrvatskih potencijala. Da bi pojedino djelo zadovoljilo uvjete, mora ostvariti najmanje 15 bodova od mogućih 37.

Predprodukcija - djelatnosti redatelja, glumačke ekipe, scenografa, producenta i njihovih pomoćnika prije početka snimanja.

Prividna proizvodnost rada - dodana vrijednost generirana po zaposlenoj osobi.

Produkcija - djelatnosti tijekom snimanja filma, uključujući rad tehničke ekipe i sporednih glumaca. Troškovi produkcije odnose se na trošak tehničke opreme i usluga.

Postprodukcija - djelatnosti uređivanja, glazbe, zvuka i efekata, koji se dovršavaju nakon završetka snimanja filma.

Teritorijalizacija - uvjeti kojima se određuju da, u zamjenu za državnu potporu koja se odobrava temeljem sustava financiranja, dio potpore ili proračuna filma mora biti potrošen na području gdje je sustav financiranja ugovoren, na području koje se financira porezima ili drugim javnim resursima ili na području na kojemu se treba postići određeni cilj kulturne ili gospodarske politike povezan s filmom ili audiovizualnom produkcijom.

Uslužne djelatnosti prema NKD 2007: H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane; J – Informacije i komunikacije; M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti; N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti.

Ukupne nabave roba i usluga - vrijednost svih roba i usluga nabavljenih u obračunskom razdoblju, osim kapitalnih dobara čija se uporaba registrira kao uporaba fiksnoga kapitala. Rashodi klasificirani kao financijski su isključeni.

Troškovi osoblja - naknade obračunate i plative zaposlenicima od strane poslodavaca, u zamjenu za obavljen rad, a sastoje se od nadnica i plaća te troškova socijalnog osiguranja.

PRILOZI

Prilog 1.

Tablica 1 Podaci o kinematografima i prikazivanju filmova od 1998. do 2011.

	Broj dvorana	Sjedala	Predstave			Gledatelji (u 000)			Broj gledatelja na jednog stanovnika
			Ukupno	Domaćih filmova	Stranih filmova	Ukupno	Domaćih filmova	Stranih filmova	
1998.	147	52.030	44.116	1.652	42.464	2.738	75	2.663	0,61
1999.	141	51.298	40.197	2.335	37.862	2.295	139	2.156	0,51
2000.	142	50.442	47.916	1.513	46.403	2.743	64	2.679	0,62
2001.	147	50.839	48.981	2.263	46.718	2.935	132	2.803	0,66
2002.	146	49.814	48.956	1.643	47.313	2.766	60	2.706	0,62
2003.	142	48.045	40.429	984	39.445	2.343	26	2.317	0,53
2004.	147	48.161	57.322	2.545	54.777	2.976	102	2.874	0,67
2005.	123	41.103	53.501	1.510	51.991	2.174	37	2.137	0,49
2006.	103	34.957	54.205	3.046	51.159	2.669	243	2.426	0,60
2007.	123	37.404	56.646	1.886	54.760	2.483	59	2.424	0,56
2008.	123	34.201	83.677	2.234	81.443	3.283	59	3.224	0,74
2009.	117	31.936	89.679	2.458	87.221	3.524	74	3.450	0,79
2010.	118	31.023	92.427	2.564	89.863	3.355	62	3.293	0,76
2011.	156	37.840	129.145	4.600	124.545	3.558	99	3.459	0,81
Prosječno	134	42.792	63.371	2.231	61.140	2.846	88	2.758	0,64

Izvor: DZS – Statistički ljetopisi, razne godine

Tablica 2 Agregirani podaci poslovanja poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova u razdoblju 2007. do 2011., (u milijunima HRK osim tamo gdje je navedeno drugačije)

Agregirani pokazatelji poslovanja	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Ukupna imovina	1.073,1	1.205,5	1.124,7	1.086,2	1.104,0
Kratkotrajna imovina	459,3	512,0	512,9	501,4	461,5
Dugotrajna imovina	613,8	693,4	611,8	584,8	642,5
Ukupne obveze	666,4	775,6	760,6	700,1	777,3
Kratkoročne obveze	359,5	477,7	476,6	417,0	459,4
Dugoročne obveze	306,9	297,9	284,0	283,1	317,9
Kapital i rezerve	406,7	429,9	364,1	386,1	326,7
Ukupni prihodi	879,5	929,1	870,1	849,5	847,9
Prihodi od prodaje	811,0	818,7	837,4	822,9	785,0
Ostali prihodi	68,5	110,4	32,7	26,6	62,8
Ukupni troškovi	775,6	856,8	796,8	772,4	718,3
Materijalni troškovi	542,6	593,6	533,3	492,0	492,7
Troškovi osoblja	79,9	105,5	96,5	100,7	86,6
Promjene u zalihama	-1,5	27,0	-1,2	-10,4	1,9
Ostali troškovi	151,6	184,7	165,7	169,3	140,9
Dobit prije oporezivanja	103,9	72,3	73,4	77,1	129,5
Porez na dobit	17,7	14,5	14,2	14,7	16,4
Dobit nakon oporezivanja	86,2	57,8	59,2	62,3	113,1
Broj zaposlenih	997	1.118	1.064	1.050	979
Prosječan godišnji trošak po zaposlenom (000 HRK)	80,1	94,4	90,7	95,9	88,5
Prosječna godišnja produktivnost po zaposleniku (000 HRK)	328,9	396,2	403,2	444,4	476,3

Izvor: Izračuni autora

Tablica 3 Financijski pokazatelji (likvidnosti, zaduženosti, aktivnosti i profitabilnosti) djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007. do 2011.

Pokazatelji likvidnosti	Objašnjenje	Benchmark	2007	2008	2009	2010	2011	2007.-2011.
Tekuća likvidnost	Tekuća (kratkotrajna) imovina/Tekuće (kratkotrajne) obveze	Optimalno 2, ali veće od 1	1,28	1,07	1,08	1,20	1,00	1,12
Ubrzana likvidnost	(Tekuća imovina-Zalihe)/Tekuće obveze	Optimalno 1, minimalno 0,9	1,13	0,91	0,90	1,03	0,86	0,96
Trenutna likvidnost	Novac/Ukupne kratkoročne obveze		0,21	0,13	0,12	0,19	0,14	0,15
Financijska stabilnost	Dugotrajna imovina/(Kapital+Dugoročne obveze)	Manji od 1	0,86	0,95	0,94	0,87	1,00	0,92
Pokazatelji zaduženosti	Objašnjenje	Benchmark	2007	2008	2009	2010	2011	2007.-2011.
Pokazatelj zaduženosti	Ukupne obveze/Ukupna imovina	0,5 ili manja	0,62	0,64	0,68	0,64	0,70	0,66
Pokazatelj vlastitog financiranja	Kapital/Ukupna imovina	Veći od 0,5 (ponekad veći od 0,3)	0,38	0,36	0,32	0,36	0,30	0,34
Pokriće troškova kamata	EBIT/Godišnji troškovi kamata	Što veći broj	5,72	0,49	4,40	5,41	7,35	4,37
Faktor zaduženosti	Ukupne obveze/(Neto dobit+Amortizacija)	Manje od 5 godina	5,21	6,63	6,17	5,55	4,57	5,54
Stupanj pokrića I - Zlatno bankarsko pravilo	Kapital/Dugotrajna imovina	Manje od 1	0,66	0,62	0,60	0,66	0,51	0,61
Stupanj pokrića II - Zlatno bilančno pravilo	(Kapital+Dugoročne obveze)/Dugotrajna imovina	Manje od 1	1,16	1,05	1,06	1,14	1,00	1,08
Pokazatelji aktivnosti	Objašnjenje	Benchmark	2007	2008	2009	2010	2011	2007.-2011.
Obrt ukupne imovine	Prihodi od prodaje/Prosječna ukupna imovina	Što veći	0,76	0,72	0,72	0,74	0,72	0,73
Koeficijent obrta potraživanja	Prihodi od prodaje/Prosječna potraživanja	Što veći	4,24	3,61	3,13	3,24	3,39	3,43
Trajanje naplate potraživanja	365/Koeficijent obrta potraživanja	Što manji	86,11	101,03	116,45	112,68	107,79	106,53
Koeficijent obrta zaliha	Prihodi od prodaje/Prosječne zalihe		15,03	12,62	10,52	10,70	11,63	11,71
Broj dana vezivanja zaliha	365/Koeficijent obrta zaliha		24,29	28,93	34,69	34,13	31,38	31,18
Pokazatelji profitabilnosti	Objašnjenje	Benchmark	2007	2008	2009	2010	2011	2007.-2011.
Bruto marža profita	(Dobit prije oporezivanja+Kamate)/Prihod od prodaje	Što veća	0,14	0,11	0,11	0,11	0,18	0,13
Neto marža profita	(Dobit nakon oporezivanja+Kamate)/Prihod od prodaje	Što veća	0,12	0,09	0,09	0,09	0,16	0,11
Povrat na imovinu (ROA)	(Neto dobit+kamate)/Prosječna ukupna imovina	Što veći	0,09	0,07	0,06	0,07	0,11	0,08
Povrat na kapital (ROE)	Neto dobit/Prosječni ukupni kapital	Što veći	0,21	0,14	0,15	0,17	0,32	0,20

Izvor: Izračun i prilagodba autora; za izračune pokazatelja su korišteni Žager i Žager (1999) i Friedlob i Schleifer (2003)

Tablica 4 Podaci za analizu direktnih učinaka i izračunati direktni ekonomski i fiskalni učinci u razdoblju 2007.-2011., (u mil. kuna)

Podaci za analizu direktnih učinaka	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	Prosjek 2007.-2011.
Ukupni prihodi	879,5	929,1	870,1	849,5	847,9	875,2
Prihodi od prodaje	811,0	818,7	837,4	822,9	785,0	815,0
Prihodi obveznika PDV-a (25%)	708,7	679,3	681,5	652,1	575,9	659,5
Prihodi obveznika PDV-a (5%)	96,0	132,9	148,6	163,8	203,0	148,9
Ukupni troškovi	775,6	856,8	796,8	772,4	718,3	784,0
Troškovi prodanih proizvoda	624,0	672,1	631,0	603,1	577,4	621,5
Troškovi za zaposlenike	79,9	105,5	96,5	100,7	86,6	93,9
Promjene u zalihama	-1,5	27,0	-1,2	-10,4	1,9	3,2
Deprecijacija i amortizacija	41,6	59,1	64,0	63,8	57,0	57,1
Vrijednosna uskl. kratkotrajne imovine	10,3	11,2	6,7	7,7	3,1	7,8
Porez na dobit	17,7	14,5	14,2	14,7	16,4	15,5
Ukupan BDP Hrvatske	318.307,8	343.412,1	328.672,4	326.980,2	333.955,6	330.265,6
Izvoz (J59)	42,0	43,6	41,4	23,5	33,0	36,7
Ekonomski učinci						
Dodana vrijednost	182,2	204,9	168,7	167,4	218,1	188,3
Dodana vrijednost (% BDP)	0,06%	0,06%	0,05%	0,05%	0,07%	0,06%
Dodana vrijednost proizvodnje	213,4	208,8	231,0	238,6	236,1	225,6
Dodana vrijednost proizvodnje (% BDP)	0,07%	0,06%	0,07%	0,07%	0,07%	0,07%
Fiskalni učinci						
Porez na dobit	17,7	14,5	14,2	14,7	16,4	15,5
Porez na dohodak	28,0	36,9	33,8	35,3	30,3	32,9
Porez na dodanu vrijednost	57,2	55,2	55,8	55,1	48,6	54,4
Ukupno fiskalni učinci	102,8	106,6	103,8	105,1	95,4	102,7

Izvor: Izračuni autora

Prilog 2.*Tablica 1. Broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010.*

	2008.	2009.	2010.
Austrija	1.503	1.531	1.721
Belgija	1.965	1.912	2.601
Danska	1.398	1.448	1.690
Finska	913	959	989
Francuska	12.603	12.296	15.160
Grčka		1.966	
Irska	854	953	907
Italija	6.386	6.140	6.139
Luksemburg	140	144	152
Nizozemska	1.287	1.311	7.763
Njemačka	6.000	6.216	6.407
Portugal	1.885	1.849	1.942
Španjolska	7.254	7.267	6.838
Švedska	4.941	5.185	5.623
UK	12.419	13.691	14.033
Bugarska	397	549	572
Cipar	82	87	88
Češka	2.226	2.299	2.262
Estonija	170	186	261
Hrvatska	535	579	478
Latvija	161	162	171
Litva	97	104	99
Mađarska	3.347	3.227	3.214
Malta			
Poljska	5.489	4.677	4.758
Rumunjska	1.894	1.665	1.431
Slovačka	193	46	809
Slovenija	387	449	549

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 2. Ukupan promet poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011. godine (u mlrd. eura)

	2008.	2009.	2010.	2011.
Austrija	600,1	616,3	679,8	697,7
Belgija	1.503,2	1.299,2	1.486,0	1.520,0
Bugarska	87,4	110,1	113,6	141,9
Cipar	26,5	22,2	26,7	26,3
Češka	472,7	403,1	486,1	496,2
Danska	1.028,1	1.116,1	1.138,2	1.215,8
Estonija	33,0	38,4	44,8	45,8
Finska	450,6	409,2	423,1	437,4
Francuska	11.776,7	11.433,2	11.544,4	12.332,5
Grčka		862,8		
Hrvatska		113,3	101,9	99,1
Irska	449,9	422,2	406,0	
Italija	5.658,1	4.596,4	4.699,4	
Latvija	37,3	29,9	32,5	32,3
Litva	40,9	32,1	35,7	41,3
Luksemburg	129,4	81,6	59,1	58,6
Mađarska	647,3	1.169,9	1.149,6	1.260,0
Malta				
Nizozemska		2.223,9	1.952,0	1.993,2
Njemačka	6.328,4	6.661,4	7.008,7	7.494,0
Poljska	1.096,4	849,7	1.012,5	1.080,4
Portugal	670,6	583,1	605,1	572,3
Rumunjska	327,6	296,1	290,4	295,0
Slovačka	100,9	101,2	132,4	297,7
Slovenija	135,0	123,3	126,7	138,6
Španjolska	5.813,0	5.305,7	5.073,1	5.245,6
Švedska	2.251,6	2.100,3	2.382,2	2.459,6
UK	16.727,3	14.533,2	14.959,1	16.488,1

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 3. Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. godine (u mlrd. eura)

	2008.	2009.	2010.
Austrija	200,4	238,2	229,4
Belgija	472,6	485,2	476,1
Bugarska	23,1	30,3	33,7
Cipar	12,3	11,4	10,6
Češka	116,3	79,7	90,6
Danska	338,4	362,1	414,2
Estonija	17,6	17,1	19,9
Finska	153,1	149,7	140,1
Francuska	5.769,7	5.834,9	6.023,0
Grčka		286,4	
Hrvatska		37,5	34,1
Irska	166,1	167,3	161,0
Italija	2.003,5	1.901,7	1.954,3
Latvija	13,1	8,2	10,1
Litva	11,1	6,1	8,8
Luksemburg	31,7	34,5	27,9
Mađarska	70,5	480,3	436,7
Malta			
Nizozemska		845,2	862,3
Njemačka	2.767,5	2.695,1	3.010,4
Poljska	279,7	207,5	284,5
Portugal	158,0	150,0	153,9
Rumunjska	171,5	74,0	105,5
Slovačka	34,9	21,9	38,5
Slovenija	42,2	33,3	36,8
Španjolska	2.008,9	1.682,1	1.717,0
Švedska	538,4	533,8	647,9
UK	2.093,2	2.362,6	2.550,9

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 4. Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011.

	2008.	2009.	2010.	2011.
Austrija	5.271	5.436	5.695	5.709
Belgija	6.777	5.985	6.781	7.307
Bugarska	1.630	2.083	2.792	2.727
Cipar	277	273	291	275
Češka	3.630	3.784	3.789	3.288
Danska	6.677	6.436	6.716	7.088
Estonija	1.097	1.080	1.376	1.373
Finska	3.353	3.407	3.408	3.506
Francuska			47.314	
Grčka		7.968		
Hrvatska		1.546	1.360	1.328
Irska	4.229	4.373	4.075	
Italija	35.560	33.840	32.823	
Latvija	743	614	629	581
Litva	756	675	616	527
Luksemburg	504	467	511	552
Mađarska	6.220	5.806	5.716	5.691
Malta				
Nizozemska	18.023	18.641	17.758	18.140
Njemačka	51.156	52.732	52.104	51.821
Poljska	12.364	10.974	10.560	10.384
Portugal	5.442	5.424	5.323	5.190
Rumunjska	8.211	6.905	5.960	5.901
Slovačka	1.204	525	1.605	2.661
Slovenija	886	934	1.029	1.079
Španjolska	39.573	37.685	35.985	34.438
Švedska	9.588	9.267	10.033	11.022
UK	107.193			109.561

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 5. Pravidna proizvodnost rada u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. godine (u tisućama eura po zaposlenoj osobi)

	2008.	2009.	2010.
Austrija	38,0	43,8	40,3
Belgija	69,7	81,1	70,2
Bugarska	14,2	14,6	12,1
Cipar	44,3	41,9	36,5
Češka	32,0	21,1	23,9
Danska	50,7	56,3	61,7
Estonija	16,1	15,8	14,5
Finska	45,7	43,9	41,1
Francuska			127,3
Grčka		35,9	
Hrvatska		24,2	25,1
Irska	39,3	38,3	39,5
Italija	56,3	56,2	59,5
Latvija	17,6	13,3	16,0
Litva	14,7	9,0	14,3
Luksemburg	62,9	73,9	54,6
Mađarska	11,3	82,7	76,4
Malta			
Nizozemska		45,3	48,6
Njemačka	54,1	51,1	57,8
Poljska	22,6	18,9	26,9
Portugal	29,0	27,7	28,9
Rumunjska	20,9	10,7	17,7
Slovačka	29,0	41,7	24,0
Slovenija	47,6	35,6	35,8
Španjolska	50,8	44,6	47,7
Švedska	56,2	57,6	64,6
UK	19,5		

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 6. Operativna bruto profitna stopa u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. godine (u %)

	2008.	2009.	2010.
Austrija	13,4	19,7	15,3
Belgija	17,3	23,0	18,0
Bugarska	12,4	11,2	12,4
Cipar	28,5	30,4	20,0
Češka	16,6	11,3	11,1
Danska	9,7	11,3	16,3
Estonija	21,0	13,9	17,4
Finska	9,9	10,1	6,9
Francuska	21,9	23,5	22,9
Grčka		18,1	
Hrvatska		21,1	20,7
Irska	15,2	15,7	16,5
Italija	19,5	23,8	24,4
Latvija	18,7	13,9	21,7
Litva	13,9	4,9	13,6
Luksemburg	9,7	23,5	18,6
Mađarska	2,4	37,2	34,2
Malta			
Nizozemska		15,9	22,1
Njemačka	23,3	20,8	24,1
Poljska	16,4	14,6	18,4
Portugal	10,5	10,9	11,5
Rumunjska	13,7	14,2	25,3
Slovačka	19,8	11,3	17,7
Slovenija	21,2	16,1	17,9
Španjolska	16,0	10,3	12,1
Švedska	8,7	10,7	12,3
UK	-15,5	-13,1	-9,9

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Tablica 7. Struktura troškova poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU i Hrvatskoj od 2008. do 2010. godine (u %)

	2008.			2009.			2010.		
	UNRU	TO	OR	UNRU	TO	OR	UNRU	TO	OR
Austrija	77,7	22,3	100	78,4	21,6	100	79,2	20,8	100
Belgija	83,6	16,4	100	83,1	16,9	100	83,3	16,7	100
Bugarska	84,9	15,1	100	83,0	17,0	100	83,3	16,7	100
Cipar	75,4	24,6	100	70,8	29,2	100	75,3	24,7	100
Češka	90,8	9,2	100	90,8	9,2	100	91,9	8,1	100
Danska	74,7	25,3	100	76,8	23,2	100	76,1	23,9	100,
Estonija	64,0	36,0	100	67,4	32,6	100	69,2	30,8	100
Finska	74,7	25,3	100	72,0	28,0	100	73,8	26,2	100
Francuska				67,1	32,9	100	66,3	33,7	100
Grčka				82,3	17,7	100			
Hrvatska				85,9	14,1	100	85,2	14,8	100
Irska	74,4	25,6	100	71,6	28,4	100	72,3	27,7	100
Italija	81,6	18,4	100	78,3	21,7	100	78,9	21,1	100
Latvija	80,8	19,2	100	85,0	15,0	100	89,5	10,5	100
Litva	85,3	14,7	100	85,7	14,3	100	87,5	12,5	100
Luksemburg	86,1	13,9	100	78,1	21,9	100	72,2	27,8	100
Mađarska	91,5	8,5	100	94,2	5,8	100	94,3	5,7	100
Malta									
Nizozemska				74,1	25,9	100	72,4	27,6	100
Njemačka	75,6	24,4	100	76,6	23,4	100	77,0	23,0	100
Poljska	85,5	14,5	100	86,6	13,4	100	88,9	11,1	100
Portugal	86,0	14,0	100	84,1	15,9	100	84,9	15,1	100
Rumunjska	78,1	21,9	100	87,0	13,0	100	86,7	13,3	100
Slovačka	82,1	17,9	100	88,2	11,8	100	86,0	14,0	100
Slovenija	87,3	12,7	100	87,0	13,0	100	86,6	13,4	100
Španjolska	79,4	20,6	100	77,9	22,1	100	77,3	22,7	100
Švedska	83,5	16,5	100	83,6	16,4	100	83,2	16,8	100
UK	75,8	24,2	100	74,1	25,9	100	75,2	24,8	100

Napomena: UNRU – ukupna nabava robe i usluga, TO – troškovi osoblja, OR – operativni rashodi

Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat-a

Prilog 3.*Tablica 1. Pregled nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti za 35 europskih zemalja u 2009.*

Br.	Zemlja	Broj fondova	Ukupno sredstava (u mil. eura)	Sredstva po stanovniku (u eurima)
1.	Albanija	1	1,2	0,39
2.	Austrija	18	65,5	7,84
3.	Belgija	4	50,6	4,70
4.	BiH	2	1,3	0,33
5.	Bugarska	1	6,0	0,79
6.	Cipar	1	1,4	1,76
7.	Češka	2	15,6	1,49
8.	Danska	3	40,7	7,38
9.	Estonija	3	5,1	3,80
10.	Finska	3	25,8	4,85
11.	Francuska	48	581,2	9,03
12.	Grčka	1	7,3	0,65
13.	Hrvatska	2	4,4	1,00
14.	Irska	3	29,9	6,73
15.	Island	1	3,9	12,25
16.	Italija	17	145,7	2,43
17.	Latvija	2	3,0	1,35
18.	Litva	2	2,6	0,78
19.	Luksemburg	1	5,5	11,15
20.	Mađarska	3	18,1	1,80
21.	Makedonija	2	2,1	1,03
22.	Nizozemska	4	64,0	3,88
23.	Norveška	13	54,9	11,43
24.	Njemačka	21	303,1	3,70
25.	Poljska	9	32,3	0,85
26.	Portugal	2	9,5	0,89
27.	Rumunjska	1	0,8	0,04
28.	Rusija	1	74,5	0,53
29.	Slovačka	2	4,3	0,79
30.	Slovenija	1	5,4	2,68
31.	Španjolska	13	123,7	2,70
32.	Švedska	20	56,5	6,10
33.	Švicarska	8	34,3	4,46
34.	Turska	1	11,2	0,16
35.	Velika Britanija	16	127,8	2,08

Izvor: EAO (2011)

Tablica 2. Pokazatelji poslovanja poduzeća u AV sektoru u svijetu (ukupno) i Europi

	Svijet (ukupno)				Europa			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Multiplikatori trgovanja								
TEV/Ukupni prihodi	1.6x	1.8x	1.7x	2.2x	1.0x	1.1x	0.9x	1.0x
TEV/EBITDA	8.2x	8.7x	7.9x	9.6x	8.2x	6.9x	7.3x	9.9x
TEV/EBIT	10.0x	10.5x	9.1x	11.0x	10.6x	13.4x	11.3x	53.2x
P/E	13.5x	15.9x	13.7x	16.1x	11.9x	12.6x	8.0x	16.7x
P/BV	1.4x	1.6x	1.6x	2.1x	1.2x	1.4x	1.0x	0.5x
P/TBV	5.3x	4.2x	4.5x	6.5x	3.0x	2.5x	2.2x	0.5x
Profitabilnost								
Povrat na imovinu %	4.8	5.0	5.6	6.2	1.3	0.6	1.5	(3.6)
Povrat na kapital %	6.5	6.8	7.7	8.5	1.8	0.9	2.1	(4.9)
Povrat na glavnici %	9.0	8.9	10.4	13.1	1.0	2.5		(30.6)
Analiza marže								
Bruto marža %	29.8	30.6	23.1	36.4	37.5	29.6	33.5	21.9
SG&A marža %	24.3	25.0	20.0	23.3	14.5	15.6	17.6	14.7
EBITDA marža %	12.8	11.8	11.6	14.1	9.1	13.8	10.7	10.0
EBITA marža %	3.5	0.9	(1.0)	11.0	4.2	4.2	4.1	
EBIT marže %	3.5	0.9	(1.0)	11.0	4.2	4.2	4.1	
Marža zarada od posl. aktivnosti %	0.2	(8.9)	(8.6)	5.6	0.5	3.2	1.3	
Neto profitna marža %	(1.0)	(10.3)	(8.4)	5.2	0.6	2.5	0.7	
Normalizirana neto prof. marža %	0.5	(1.9)	(1.0)	5.9	2.7	2.1	2.0	
Koeficijenti obrta								
KO ukupne imovine	0.5x	0.5x	0.5x	0.5x	0.6x	0.7x	0.6x	0.5x
KO dugotrajne imovine	5.0x	5.0x	5.3x	5.3x	9.7x	9.2x	9.4x	1.8x
KO potraživanja	4.8x	4.7x	4.8x	4.4x	4.8x	4.8x	4.1x	2.7x
KO zaliha	13.1x	13.1x	13.2x	12.8x	40.6x	52.1x	41.6x	24.7x
Kratkoročna likvidnost								
Tekući odnos	1.6x	1.6x	1.6x	1.4x	0.8x	0.8x		1.8x
Prosječno razdoblje držanja zaliha	23,5	27,7	27	27,4	10,7	7,6	8,9	17,1
Prosječno razdoblje plaćanja	111,5	96,3	135,5		0,3	0,2	0,3	
Prosječno razdoblje naplate	66,9	77,6	77,6	80,8	79	75,9	81,1	132
Prosječno CCC	40,7	42,4	24,9	28,3	10	7,5	9,8	21,3
NT od poslovnih aktivnosti / Kratkoročne obveze	0.2x		0.0x	0.3x	0.3x	0.4x		0.6x
Brzi odnos					1.4x	1.3x	1.4x	1.9x
Dugoročna solventnost								
Ukupan dug/Glavnica (%)	28.9	32.9	23.7	33.9	91.7	95.7	75.2	23.3
Ukupan dug/Kapital (%)	22.4	24.8	19.1	25.3	47.8	48.9	42.9	18.9
Dugoročni dug/Glavnica (%)	32.7	26.8	31.3	21.0	37.4	18.2%	22.2	14.4
Dugoročni dug/Kapital (%)	22.0	17.8	21.4	15.4	19.3	10.5	13.4	11.7
Ukupne obveze/Ukupna imovina (%)	41.3	40.9	39.2	44.7	61.8	65.8		37.0
EBIT / Kamate	1.8x	0.2x		7.3x	2.6x	2.9x	2.0x	
EBITDA / Kamate	6.5x	3.8x	6.8x	9.6x	5.7x	9.7x	5.3x	1.8x
(EBITDA-CAPEX) / Kamate	5.3x	5.8x	6.3x	6.3x	4.9x	9.2x	5.6x	1.3x
Ukupan dug/EBITDA	2.5x	3.5x	2.1x	1.9x	6.5x	4.3x	4.9x	3.8x
Neto dug/EBITDA		1.0x		0.5x	3.1x	1.9x	2.5x	2.1x

Izvor: Capital IQ (S&P)

Prilog 4. Pravilnik o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela

Popis priznatih troškova

- Otkup, troškovi autorskih prava i naknade za davanje na korištenje arhivskih video, foto i materijala iz muzejskih i memorijalnih kolekcija
- Otkup, troškovi autorskih prava i naknade za davanje na korištenje literarnih predložaka, kazališnih tekstova i sl.
- Otkup, troškovi autorskih prava i naknade za davanje na korištenje originalnih tekstova, scenarija, slike, glazbe
- Troškovi istraživanja i priprema
- Honorari stručnih suradnika
- Troškovi prijevoda
- Troškovi rada na scenariju
- Troškovi razvoja projekta
- Troškovi odabira glumaca (casting)
- Troškovi odabira statista
- Troškovi proba s glumcima
- Troškovi proba šminke, maske i frizure
- Troškovi probe kostima
- Izrada fotografija
- Uredski troškovi: (najam uredskog prostora, privremenih skladišta i uredskog namještaja, najam uredske opreme (telefon, telefaks, računala, fotokopirnog uređaja i sl.) priključci za telefon i internet, komunalni doprinosi, računi za telekomunikacijske i internetske usluge, troškovi dostave i poštanskih usluga, razne dozvole (Ministarstvo unutarnjih poslova, Hrvatske ceste i sl.), hitna pomoć, najam radio uređaja i sl.
- Izrada financijskog plana i razrada snimanja
- Troškovi obilaska lokacija (smještaj, ishrana, dnevnicke, honorari za autorski i produkcijski tim u obilasku lokacija, s pripadajućim javnim davanjima - porezi, prirezi, razrezi, doprinosi)
- Troškovi transporta (najam kombija, svih vozila potrebnih za proizvodnju AV djela, gorivo, cestarine, ostali troškovi vezani za transport i vozila)
- Troškovi prijevoza (zrakoplov, vlak, autobus, brod)
- Troškovi smještaja djelatnika angažiranih u proizvodnji djela (pripreme, snimanje, obrada, dorada i dizajn slike i zvuka)
- Troškovi ishrane (catering, craft servis)
- Troškovi kupovine scenografije i rekvizite
- Troškovi gradnje scenografije i studija
- Troškovi najma scenografije, rekvizite i studija
- Najam i troškovi opreme i adaptacija objekata
- Najam poljoprivrednih dobara
- Najam životinja svih vrsta
- Najam pokretne i nepokretne imovine (posuđe, namještaj i sl.; vozila, traktori, brodovi, seljačka kola, pašnjaci, vinogradi i sl.)
- Najam objekata i infrastruktura potrebnih za snimanje AV djela (pokretne kuhinje, WC-i, kamp kućice, šatori, autobusi, za kostim i šminku i sl.)

- Najam vozila u svrhu pružanja usluge proizvodnje AV djela (policajska vozila, zaštitarska vozila, hitna pomoć, vatrogasna kola i sl.)
- Troškovi kostimografije (troškovi svih usluga, najma i kupovine dobara vezanih uz kostimografiju AV djela)
- Troškovi modeliranja likova i scenografije te izrade pozadina (troškovi usluga, najma i kupovine materijala za animirana AV djela)
- Troškovi najma opreme i računalnih programa za animaciju, kompoziting i rendering te kupovina materijala vezanih uz animaciju
- Troškovi kupovine i najma ostale računalne opreme i programa
- Troškovi specijalnih efekata
- Troškovi šminke, maske i frizure
- Troškovi najma scenske tehnike i kupovine robe i dobara vezanih uz scensku tehniku
- Troškovi najma rasvjetne tehnike i kupovine robe i dobara vezanih uz rasvjetnu tehniku
- Troškovi najma kamere, prateće tehnike uz kameru, te kupovina robe i dobara vezanih za kameru i prateću tehniku
- Troškovi najma opreme za zvuk, prateće tehnike uz opreme za zvuk, te kupovina robe i dobara vezanih za opremu za zvuk
- Troškovi glazbe
- Troškovi montaže slike, zvuka i glazbe
- Troškovi obrade, dorade i dizajna slike i zvuka
- Troškovi lokacija
- Pravni troškovi
- Troškovi osiguranja cjelokupne ekipe
- Troškovi osiguranja scenografije i tehnike
- Troškovi osiguranja filma
- Honorari autorskog, produkcijskog i tehničkog ljudskog potencijala sa svim pripadajućim javnim davanjima (porezi, prirezi, razrezi, doprinosi) - Sektor režije, Sektor produkcije, Sektor organizacije, Sektor glumaca, Sektor statista, Sektor kaskadera, Sektor scenografije, gradnje, rekvizite i studija, Sektor scenske tehnike, Sektor specijalnih efekata, Sektor animacije, Sektor modeliranja likova, Sektor modeliranja scenografije, Sektor kostimografije, Sektor maske i frizure, Sektor rasvjete, Sektor kamere, Sektor zvuka, Sektor lokacija, Sektor ishrane (catering, craft servis), Sektor glazbe, Sektor montaže slike, Sektor montaže zvuka, Sektor montaže glazbe, Sektor obrade, dorade i dizajna slike i zvuka, Sektor stručnjaka za posebne potrebe (doktori, medicinske sestre, veterinari, gorska služba i sl.), Sektor specijalnih konzultanata (pravnici, istraživači, povjesničari, koreografi, glazbeni voditelji, ekonomski konzultanti i sl.).

11. POPIS TABLICA, GRAFIKONA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 1. Raspodjela sredstava potpore audiovizualnoj djelatnosti u Europi (u %)	13
Tablica 2. Financiranje audiovizualne djelatnosti u državama EU-15 u 2004.	27
Tablica 3. Financiranje audiovizualne djelatnosti u državama EU-12 u 2004.	29
Tablica 4. Broj poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova koje su predale godišnje financijsko izvješće od 2007. do 2011.	51
Tablica 5. Broj poduzeća iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova po županijama koje su predale godišnje financijsko izvješće od 2007. do 2011.	52
Tablica 6. Financijski pokazatelji poduzeća u AV sektoru u Hrvatskoj od 2007. do 2011.	54
Tablica 7. Financijski pokazatelji poduzeća u AV sektoru u Hrvatskoj, Europi i svijetu u 2011.	55
Tablica 8. Procijenjeni multiplikatori za filmsku i audiovizualnu industriju	65

Popis grafikona

Grafikon 1. Broj nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009.	9
Grafikon 2. Broj nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009.	10
Grafikon 3. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009.	10
Grafikon 4. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009.	11
Grafikon 5. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti po stanovniku zemalja EU 15 te Islanda, Norveške, Rusije i Švicarske u 2009. (u eurima po stanovniku)	12
Grafikon 6. Ukupna sredstva nacionalnih fondova i fondova nižih razina vlasti za potporu audiovizualnoj djelatnosti po stanovniku zemalja EU 12 te Albanije, BiH, Hrvatske, Makedonije i Turske u 2009. (u eurima po stanovniku)	13
Grafikon 7. Izvori sredstava fondova za potporu AV industriji u 2009. (u %)	14
Grafikon 8. Broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u tis.)	32
Grafikon 9. Broj poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u tis.)	32
Grafikon 10. Ukupan promet poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011. (u mlrd. eura)	33
Grafikon 11. Ukupan promet poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2011. (u mlrd. eura)	34

Grafikon 12. Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u mlrd. eura).....	35
Grafikon 13. Dodana vrijednost prema troškovima proizvodnih čimbenika poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u mlrd. eura)	35
Grafikon 14. Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2011. (u tis.).....	36
Grafikon 15. Broj zaposlenih u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2011. (u tis.).....	37
Grafikon 16. Prividna proizvodnost rada u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u tis. eura po zaposlenoj osobi)	37
Grafikon 17. Prividna proizvodnost rada u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. godine (u tis. eura po zaposlenoj osobi).....	38
Grafikon 18. Operativna bruto profitna stopa u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 od 2008. do 2010. (u %).....	39
Grafikon 19. Operativna bruto profitna stopa u poduzećima koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj od 2008. do 2010. (u %) ...	40
Grafikon 20. Troškovi poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 15 u 2010. (u mlrd. eura).....	41
Grafikon 21. Troškovi poslovanja poduzeća koja obavljaju djelatnosti vezane uz filmove, video filmove i televizijski program u zemljama EU 12 i Hrvatskoj u 2010. (u mlrd. eura)	42
Grafikon 22. Struktura ostvarenog prometa poduzeća iz audiovizualne industrije prema broju zaposlenih, 3Q 2012	45
Grafikon 23. Sezonski prilagođeni indeks prometa poduzeća iz ukupno uslužnih industrija i audiovizualne industrije u razdoblju 1Q 2000. do 2Q 2012. (2005=100).....	45
Grafikon 24. Sezonski prilagođeni indeks prometa poduzeća iz audiovizualne industrije u Hrvatskoj i zemljama članicama EU u razdoblju 1Q 2000. do 2Q 2012. (2005=100).....	46
Grafikon 25. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999.-2011. prema izvoru snimanja	47
Grafikon 26. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. prema trajanju filma.....	47
Grafikon 27. Ukupan broj proizvedenih filmova u Hrvatskoj od 1999. do 2011. prema vrsti filma	48
Grafikon 28. Ukupan broj audiovizualnih djela u prometu i udio broja hrvatskih audiovizualnih djela u razdoblju 1999. do 2011.	49
Grafikon 29. Struktura audiovizualnih djela u prometu u 2011. prema zemlji podrijetla.....	49
Grafikon 30. Ukupan broj predstava i gledatelja u razdoblju 1999. do 2011.....	50
Grafikon 31. Regresija ukupnog broja predstava (u tisućama) i ukupnog broja gledatelja (u milijunima), razdoblje promatranja 1998.-2011.....	51
Grafikon 32. Ukupna imovina i ukupne obveze tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007. do 2011. (u mlrd. kuna).....	52

Grafikon 33. Ukupni prihodi i dobit prije oporezivanja tvrtki iz djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007. do 2011. (u mil. kuna).....	53
Grafikon 34. Broj zaposlenih u djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007.-2011.	60
Grafikon 35. Direktni utjecaj djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova na BDP i ukupan BDP Hrvatske u razdoblju 2007.-2011. (u mil. kuna i % BDP)	61
Grafikon 36. Direktni fiskalni učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova od 2007.-2011.....	63
Grafikon 37. Procijenjeni godišnji direktni i ukupni učinci djelatnosti proizvodnje i distribucije filmova uz primjenu različitih multiplikatora ($M=2$ i $M=3$), prosjek razdoblja 2007-2011.	66
Grafikon 38. Agregatna distribucija troškova četiri projekta iz 2012. po ključnim stavkama proizvodnje (u mil. kuna)	67
Grafikon 39. Udjeli troškova po uplaćenim porezima i doprinosima u ukupnim troškovima proizvodnje	67

Popis slika

Slika 1 Pojednostavljeni dijagram odnosa pojedinih ekonomskih faza i ukupni učinci proizvodnje	57
Slika 2. Faze proizvodnje i distribucije filmova i svi povezani ekonomski učinci	59