

ДОКЛАД НА IFPI ЗА ДИГИТАЛНАТА МУЗИКА – ОСНОВНИ МОМЕНТИ

ВЪВЕДЕНИЕ

Джон Кенеди – да превърнем отговорността на Доставчиците на интернет услуги /ДИУ/ в реалност през 2008 г.

В музикалната индустрия се извършва истинска революция при адаптирането на звукозаписните компании към новото цифрово пазарно пространство. Осъществява се и друга всеобхватна промяна – отговорността на Доставчиците на интернет услуги /ДИУ/ е вече приемлива идея. До момента ДИУ позволяваха свободното разпространение на кражбата на защитено съдържание по своите мрежи, което нанасяше огромни загуби на носителите на авторски и сродни музикални права. Повече от всичко останало Споразумението ‘Саркози’ във Франция промени нагласите, но трябва да отбележим и напредъка по този въпрос сред правителствата и съдилищата на други страни като Швеция, Белгия, Великобритания, САЩ и в Азия.

Проманата на нагласите е едно, а приемането на конкретна програма за действие – съвсем различно нещо. Настъпи времето за действия – от страна на ЕС и другите правителства. Технологичната революция и иновациите не са достатъчни, за да осигурят здравословно бъдеще за музикалната индустрия. 2007 бе годината за осъзнаване на отговорността на ДИУ по принцип. 2008 трябва да бъде годината за реализиране на тази отговорност.

ЧАСТ 1 – ДИГИТАЛНАТА МУЗИКА ВЪВ ФАКТИ И ЦИФРИ

- Глобалните дигитални продажби на музика се оценяват на общо 3 млрд. USD през 2007 г. – приблизително 40% ръст спрямо 2006 г. /2.1 млрд. USD/.
- Легалният даунлоуд на сингли – най-разпространеният дигитален музикален формат – нараства с 53% и достигна 1.7 млрд. /вкл. този от дигиталните албуми/.
- Дигиталните продажби достигат до 15% от глобалния музикален пазар и бележат ръст спрямо 11% продажби през 2006 и 0% през 2003 г. В най-развития световен цифров пазар – американския – онлайн и мобилните продажби възлизат сега на 30% от всички приходи.
- Музикалната индустрия отбелязва най-сериозен напредък по отношение приходите от дигитални продажби сред останалите креативни или развлекателни индустрии, с изключение на игрите. Нейният дигитален дял е двойно повече от този на вестниците (7%), филмите (3%) и книгите (2%).
- В цял свят се предлагат над 500 услуги за легален достъп до цифрово музикално съдържание с над 6 милиона музикални парчета – 4 пъти повече от обема на стоката в огромен музикален мегамаргазин.

Топ 10 на Глобалните дигитални сингли за 2007

	Изпълнител	Песен
1.	Avril Lavigne	Girlfriend
2.	Utada Hikaru	Flavor of Life

3.	Rihanna	Umbrella
4.	T-Pain	Buy U A Drank /Shawty Snappin'/'
5.	Akon	Don't Matter
6.	Soulja Boy Tell'Em	Crank That
7.	Shop Boyz	Party Like a Rock Star
8.	Sean Kingston	Beautiful Girls
9.	Mims	This is Why I'm Hot
10.	Beyonce	Irreplaceable

НО: кражбата на защитено съдържание и другите негативни фактори бележат застрашителен ръст

- 10 млрд. са свалените нелегално файлове през 2007 г. Съотношението между свалените нелицензиранни музикални парчета и легалните е 20 към 1.
- Липсва операционна съвместимост между различните услуги и устройства, липсват и инвестиции в маркетинга на нови услуги.
- Общото нарастване на дигиталните продажби с 40% не компенсира рязкото спадане на продажбите на CD в глобален мащаб, поради което общият пазарен обем за тази година ще бъде под количествата за 2006 г. Само за първата половина на 2007 г. продажбите са спаднали с 9%.

Да преоткриеш една нова индустрия – статистика за пет години

	2003	2007	
Брой на легалните сайтове за онлайн услуги	30	над 500	За последните пет години от нищото бе създаден легален дигитален пазар на музика, като днес потребителите ползват над 500 сайта с легални услуги
Лицензирани музикални парчета	1 млн	6 млн. +	Чрез легалните услуги потребителите имат достъп до над 6 млн. парчета
Стойност на дигиталните музикални продажби	Около 20 млн. USD ¹	Около 3 млрд. USD	Благодарение на звукозаписните компании цифровата музикална индустрия днес струва над 3 млрд. – ръст, на който много индустрии биха завидяли
Дял на дигиталните продажби от общите такива	0%	15%	Почти 1/6 от продажбите на музика днес са по цифров път и то едва 5 години след създаването на първите възможности за легален достъп, като тенденциите са за нарастване
Брой на форматите на разположение при всяко пускане на изпълнител на пазара	Под 10, като CD и касетките имат предимство	Над 100	Днес всеки нов продукт се пакетира в множество формати – видео, рингтонове, формат за мобилни телефони. Продажбите на Джъстин Тимбърлейк <i>Future Sex/Love Sounds</i> вкл.115 продукта, продадени са 19 млн. единици, от които само 20% в CD формат

¹ Очаквани дигитални продажби по оценка на IFPI, USA

Музикалните формати и канали се диверсифицират

- Легалният даунлоуд на сингли – най-разпространеният дигитален музикален формат – нараства с 53% и достига 1.7 млрд. /вкл. този от дигиталните албуми/.
- Продажбите на пълни версии за даунлоуд чрез мобилни телефони са близо двойно за тази година, като за първата половина на 2007 г. бележат 12% ръст спрямо общия цифров пазар.
- Потребителите искат да купуват правото за сваляне на цели албуми, а не само на сингли – дигиталните продажби на албуми нарастват с 40% за първата половина на 2007 г. Потребителите показват предпочитание към скъпи и качествени музикални продукти пред тези с ниски цени.

Ръстът на дигиталната музика е различен в различните страни

- Продажбите на сингли нараства в САЩ с 45%, а във Великобритания – с 48%.
- Дигиталният пазар се разпределя почти поравно между онлайн и мобилен, като дяловете за различните страни се различават в широк регистър. Например онлайн продажбите са 67% от американския пазар, докато в Япония 90% от дигиталните продажби са свързани с мобилни телефони.
- Великобритания има най-развития музикален пазар за мобилни продукти, докато Южна Корея е първата страна в която цифровите продажби надминават по обем физическите.
- Дигиталните продажби са слабото звено във Франция поради разпространението на незаконния обмен на файлове. Това мотивира плана за действие на президента Саркози срещу пиратството със съдействието на интернет доставчиците
- Китай има огромен потенциал, но пазара на дигитална музика е изцяло пиратски /над 99% е дигиталното пиратство в Китай/, а приходите от мобилния сектор за правоносителите са крайно недостатъчни.
- Случай за специално проучване: Изключителен е успехът на мобилния дигитален музикален сектор в Япония, където изпълнители като GreeeeN и Utada Hikaru са сред най-продаващите легален даунлоуд за мобилни телефони. Япония е сред най-големите музикални пазари, където ръстът на дигиталните продажби успява да компенсира спада на продажбите на CD, така че общият растеж да бъде положителен.

ЧАСТ 2: ИЗБОР, ДОСТЪП, ПРЕНОСИМОСТ

- **Нарастването на достъпа** до по-широк репертоар, подобряването на избора и вида на преносимите устройства допринесе за безпрецедентното повишаване на търсенето на музика. Днес има повече от 500 лицензирани онлайн музикални сайтове в цял свят, които предлагат над 6 млн. музикални парчета. Звукозаписните компании продължават да дигитализират своите бек-каталози.
- **Музика докато се разхождаш.** Отбелязва се истинска експлозия от преносими плейърир начело с iPod и вкл. Zune и музикалните телефони на

Nokia и Ericsson. С новото поколение устройства нараства конвергенцията между мобилни телефони и приносими плейъри – напр. iPod Touch, iPhone, новия плейър на Zune.

- **Звукозаписите на музика стимулират развитието на над 130 милиарден сектор.** Търсенето на музика нараства рекордно с над 15% за 2007 г. по данни на Нийлсен Саундскан. Това стимулира развитието по цялата мрежа на доставка – от заводите за хардуеър до ширококоленните доставчици, от живата музика до приходите на радиостанциите от реклами. Независимо от това, звукозаписните компании не чувстват промяна в своите доходи в унисон с нарастналите общи приходи, въпреки че правят сериозни инвестиции в музикалния бизнес.

Инвестирането в млади таланти и маркетинг – основна функция за всяка звукозаписна компания

Звукозаписните компании инвестират до 20% от своите приходи в откриването и подкрепата за нови таланти. Новите цифрови комуникации и социални мрежи увеличават, а не намаляват изискванията за добър анализ и проучване на пазара, както и маркетинг.

Макс Хол, Изпълнителен вицепрезидент на Юнивърсъл Мюзик Груп Интернешънъл, твърди че много изпълнители предпочитат да работят с хора, които споделят подобаващо техните собствени идеи, енергия и ентузиазъм. “Те търсят човека, казва той, който е в състояние да им отвори вратата пред продуцента, тонрежисьора, автора на песни.” Още повече, че не винаги изпълнителите имат нужната квалификация и умения да развиват бизнес аспектите на своята кариера – умения, които предлагат звукозаписните компании.

Над 1.2 млн. рок изпълнения и повече от 1.7 изпълнения на рок и балади очакват внимание на сайта MySpace. Този огромен брой нови оркестри и музика на разположение на потребителите подчертава още по-ясно ключовата роля на звукозаписните компании в дигиталното пространство. Нуждата от пресяване, подбор, маркетинг и препоръки е по-голяма от всякога.

ЧАСТ 3: ФОРМАТИ И БИЗНЕС МОДЕЛИ, КОИТО БЕЛЕЖАТ ИСТИНСКИ БУМ

Преди пет години форматите за разпространение на музика се изразяваха с единични цифри. Днес наброяват стотици.

- **Услугата “даунлоуд а-ла карт”** остава доминиращ бизнес модел. В САЩ iTunes надмина Amazon и Target и се превърна в третия по големина продавач на дребно на музика. Сред новите успешни имена на големия пазар на музика през 2007г. са Amazon и “Comes with Music” на Nokia.
- **Абонаментните услуги**, като тези на Napster нарастват, особено в САЩ, но разпространението им се забавя от липсата на операционна съвместимост с iPod и други плейъри, както и поради недофинансиране на маркетинга. Цяла вълна нови услуги, включващи както мобилни оператори, така и ДИУ, предоставят нови възможности за растеж на този вид услуги: напр.

- Omnifone's MusicStation, "Comes with Music" на Nokia, и партньорството на Neuf Cegete и Universal във Франция.
- Операционната съвместимост бе отколешна ключова цел за музикалната индустрия, която разработи със своите рпартньори технологични решения, за да се гарантира пълна операционна съвместимост на технологичните средства за защита на дигитални права /DRM/. За съжаление, въпреки потенциала за въвеждане на подсобни решения, някои от основните производители на технологии все още не желаят да участват. Изправени пред липсата на напредък, всички основни звукозаписни компании решиха да предоставят **услуги за достъп до съдържание без технологични средства за защита на дигитални права /non-DRM download services/**, или за постоянно или като част от пробен период за представяне на техните оферти.
 - **Подкрепените с реклама бизнес модели и социалните мрежи** се оказват вълнуващи начини за промотиране на нова музика. Звукозаписните компании и техните партньори продължават да търсят и опитват нови начини за извличане на финансови приходи от подобни бизнес модели. За целта компаниите са подписали различни договори със социални мрежи като MySpace, Vebo, You Tube, LastFM и Imeem. В повечето случаи договорите се основават на лицензионни споразумения за стрийминг на музикално видео срещу дял от рекламните приходи.
 - Звукозаписните мейджъри все повече се насочват към **директен контакт с ползвателите - фенове**, като продават продукти чрез уеб-сайтове на артисти. Компаниите също работят в рамките на т.нар. '360-градусови сделки', които позволяват много по-цялостно разпределение на приходите между звукозаписните компании и артистите-изпълнители, като се почне от продажбите на записи и се стигне до приходите от пбблишинг, промотиране на търговски продукти, спонсориране на брандове и турнета.
 - Звукозаписните компании идентифицират **нови възможности за бранд партниране**. При спада на традиционните форми на реклама в телевизии и радия, музиката е начин различните брандове да достигнат до потребителите онлайн. Така например, видео мрежата на SonyBMG Musicbox включва онлайн ad-driven видео плейъри, разпространени сред 600 сайта на изпълнители и звукозаписни компании.

ЧАСТ 4: КРАЖБАТА НА ЗАЩИТЕНО СЪДЪРЖАНИЕ ЗАДУШАВА РАСТЕЖА НА ДИГИТАЛНИЯ МУЗИКАЛЕН БИЗНЕС

- Десетки милиарди нелегални файлове бяха разпространени през 2007г. Съотношението между броя на свалените пиратски файлове и броя на продадените законни музикални парчета е близо 20 към 1. Разпространението на високоскоростна интернет връзка, особено в развиващи се пазари като Китай и Латинска Америка, поражда увеличаване на незаконния обмен на файлове чрез p2p мрежите.
- Онлайн p2p мрежите са все още най-големият източник на онлайн кражби на защитено съдържание – независими проучвания показват, че между 50% и 80% от трафика на доставчиците на интернет услуги се осъществява в p2p мрежите.
- Въпреки успеха на разпространението на музика чрез мобилни връзки в Япония, първият призрак на повсеместно пиратство на мобилна музика е

вече факт в Япония, като над 1/3 от всички потребители на музика чрез мобилни връзки признават, че редовно свалят незаконно музикално съдържание в мобилните мрежи.

- Многобройни проучвания от трети, незаинтересовани страни показват, че незаконния обмен на файлове поражда по-слаб популателен интерес към музиката. През 2007 г. фондацията “Луиджи Еиноди” в Италия установи, че близо 30% от потребителите в p2p мрежите заявяват, че купуват все по-малко CD и DVD, а едва 6% правят повече покупки. Проучване на ARIA-Австралия (м.февруари 2007) показва, че 57% от потребителите в p2p мрежите рядко или никога не купуват музиката, която свалят - това свидетелства за недвусмислено изместване на законните продажби от пиратския обмен на файлове.
- За 2007 г. икономиката на САЩ губи близо 3.7 млрд. долара в резултат от незаконен даунлоуд, съгласно Института за иновативни политики.
- Китай, където потребителите на високоскоростен интернет са толкова, колкото и в САЩ, но правоприлагането е неефективно, е един от най-големите източници на незаконен обмен в целия свят. Големи компании, листвани на борсата като Baidu, Sohu, Sina и Yahoo!China, предлагат повсеместно незаконни услуги в цял свят и в Азия, където са крайно популярни. През декември 2007г. съдът в Пекин потвърди, че Yahoo!China действа в разрез със закона като улеснява масовото нарушаване на авторското право и сродните му права.

Отговорът...Действията на индустрията спомагат за ограничаване на проблема, прекъсвайки трафика на нелицензирана музика

- Броят на потребителите, които регулярно осъществяват незаконен обмен на файлове нараства с 35% за периода 2003 г. – 2007 г., а използването на високоскоростен интернет се учетворява.
- В САЩ за 2007 г. незакононият даунлоуд нараства с 14%, а разпространението на високоскоростния интернет – с 56%.
- Броят на файловете на един от най-големите p2p сървъри – eDonkey, са намалели с 40% до 400милиона през 2007г.
- Според независими изследователи в САЩ 40% от потребителите, които търсят да осъществят незаконно сваляне на защитено съдържание не могат да открият това, което търсят /изследване през м. ноември 2007/.
- В САЩ се осъществиха редица инициативи в университетите, които ангажираха академичните власти в блокиране достъпа до незаконните сайтове и затягане на съответните правилници за ползване на университетските мрежи.
- Изследване на Международната федерация на звукозаписната индустрия /IFPI/ развенчава общоприетия мит, че в мрежите, предлагащи незаконно съдържание има по-добър избор на музика. Оказва се, че достъпът до 95% от музиката на представителна извадка от 70 изпълнители е много по-лесен в iTunes, отколкото в Limewire.
- Там, където правоприлагането не е ефективно, са по-високи и стойностите на незаконния обмен на файлове, като например в Холандия или Испания /там съответно 28% и 35% от ползвателите регулярно обменят незаконни файлове/

Краят на мита за богатия избор: феновете имат много по-богат избор в сайтовете със законно съдържание

През 2007 г. във Великобритания Международната федерация на звукозаписната индустрия /IFPI/ проведе изследване с представителна извадка от 70 изпълнители, посочени от фокусна група на потребители между 15 и 25 годишна възраст, която включва както ъндърграунд изпълнители, така и високорейтингови музиканти, вкл. имена като Cherry Ghost и Jack Penate. Изследването сравнява достъпа до песните на тези изпълнители на легалния сайт iTunes с този на нарушаващия закона за авторското право и сродните му права сайт Limewire. В 95% от случаите на потърсени изпълнители iTunes е предлагал по-богат репертоар от техни песни от р2р услугата на Limewire.

Проблеми с пиратството на музика, чиято премиера предстои

- Това е основен проблем, предвид обстоятелството, че новият албум носи най-много печалба на своите създатели през първите шест седмици след премиерата.
- Екипът на IFPI наблюдава едновременно хиляди премиерни албуми.
- Пиратските копия се пренасочват от легитимната верига на разпространение към звена на организираната престъпност.
- През 2007 г. IFPI е изпратила над 350 000 предупредителни писма и е осъществила със своите структури спирането и заличаването на 120 млрд. незаконни файла в интернет.
- Със съдействието на IFPI-BPI бе затворен най-големият източник на незаконни пред-премиерни копия – OiNk, който бе в основата на пиратско пред-премиерно разпространение на над 60 известни албума.

ЧАСТ 5: ВРЕМЕ Е ЗА ДЕЙСТВИЯ НА ИНТЕРНЕТ ДОСТАВЧИЦИТЕ И ПРАВИТЕЛСТВАТА

- **Доставчиците на интернет услуги /ДИУ/ са пазителите в интернет**, които играят жизнено важна роля за намаляване злоупотребата със защитено съдържание. От доста време насам IFPI призоваваше правителствата и телекомуникационната индустрия да погледнат сериозно на този въпрос.
- **Планът на Саркози посочва пътя.** През м. ноември 2007г. Президентът на Франция, Никола Саркози, съобщи за подписването на революционно по духа си ново споразумение, съгласно което ДИУ се ангажират да санкционират и прекратяват достъпа до своите мрежи на редовните нарушители на закона за авторското право.
- **Има развитие и в други страни.** Два доклада - Growers във Великобритания и Renfors в Швеция – препоръчват на своите правителства да осигурят, било то чрез законови норми или чрез доброволни споразумения, съдействието на интернет доставчиците за санкциониране на редовните закононарушители чрез изключване от техните мрежи. Белгийският съд постанови по делото SABAM срещу Tiscali, че ДИУ трябва да реагират при системни нарушения на авторското право и сродните му права и че имат възможностите и техническите средства да го сторят.

- **Нарастват търговските интереси за съвместна дейност между ДИУ и креативните индустрии.** Независими проучвания доказват, че p2p трафика поглъща около 50 до 70 процента от капацитета на високоскоростния интернет. Това се отразява негативно на планове на ДИУ да печелят от продажба на легално музикално съдържание.
- **Правителствата трябва да действат срещу т.нар. “райски кътчета” за пиратството.** В Швеция и Китай сме свидетели на сериозни процеси срещу Pirate Bay, Yahoo!China и Baidu – компании, които не спазват националното законодателство в защита на интелектуалната собственост и печелят като улесняват незаконното използване на защитена музика.

ЧАСТ 6: ПОВИШАВАНЕ СТОЙНОСТТА НА АКТИВИТЕ В ДИГИТАЛНИЯ СЕКТОР

И други индустрии търпят загуби наред с музикалната, където сравнително малкият обем на файловете прави съдържанието им лесна плячка на пиратите онлайн. Проучване доказва, че всички индустрии – от филмовата до издателския бизнес – са засегнати. Други индустрии, като издателите на вестници и телевизии, се борят с драматичните промени в традиционните начини на разпространение на своя бизнес. Дори филмите, които са винаги в крак с последното развитие на дигиталните технологии, имат проблеми с осребряване на своите активи в интернет.

ЧАСТ 7: СКРИТИТЕ ОПАСНОСТИ, СВЪРЗАНИ С НЕЗАКОННИЯ ДАУНДОУД

- Нелицензираните интернет услуги, каквито са p2p мрежите, са най-големите източници на различни вируси, spyware, malware, adware и опасности като кражбата на самоличност в интернет, посочват редица независими доклади.
- Изследване на Symantec отбелязва, че p2p мрежите са една от десетте основни форми за разпространение на вируси и malware. Компанията установи, че 15% от всички потенциални заплахи за компютърните конфигурации и мрежи през първата половина на 2007 г. са дошли от eDonkey.
- Изследване на McAfee показва, че сърфирането сред ползватели в p2p мрежи е крайно опасно.
- Бенджамин Гуджинс от СА е установил, че само с едно сваляне на MP3 от незаконен сайт е получил троянски кон, spyware и pop-up ads installing без разрешение, което сериозно е увредило работата на неговия компютър.
- Изследвания на Ipsos-MORI за IFPI показва, че един от всеки пет млади служители в Обединеното кралство използват работните си компютри, за да свалят незаконно защитена музика. Почти половината от запитаните, които обменят незаконни файлове на работните си места, казват, че в компанията им има правила за добри практики по отношение интелектуалната собственост, но те не ги познават.
- Някои последни разследвания в компании като Pfizer и Citigroup, показват как използването на p2p мрежи може да доведе до изтичане на конфиденциална информация.

ЧАСТ 8: ДА ПРОПАГАНДИРАМЕ СТОЙНОСТТА НА МУЗИКАТА

Образованието е ключов приоритет за музикалната индустрия. Но за да се променят нагласите за “свободен достъп до музика”, индустрията се нуждае от подкрепата на правителствата. Някои страни намират върната посока, като напр. Австрия, където заедно с индустрията се развива образователен пакет за интелектуалната собственост в училищата, чрез който проблемите на музиката влизат в класните стаи. Други такива инициативи са “Пазителите на музиката” в Мексико, които изискват съдействието на музикалните фенове с информация, когато установят в интернет нарушение на закона за авторското право и сродните му права по отношение на техни любими изпълнители. Такъв е и проектът “Face/Face” във Франция, където водещи представители на звукозаписната индустрия отговарят онлайн на въпроси за музика и интернет.