

ДИГИТАЛЕН МУЗИКАЛЕН ДОКЛАД НА IFR1 2009: ОБОБЩЕНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ ОТ ДЖОН КЕНЕДИ

- Музикалната индустрия измисля нови бизнес модели в отговор на драматичната трансформация в начина, по който се консумира музиката. Като останалите креативни сектори и музикалната индустрия навлезе в 2009 г. с несигурност, породена от глобален спад. Ето защо не ни изненадва нуждата от реформа, реструктуриране и нови идеи. Лейбълите започнаха тези процеси преди много години и са в по-добра позиция от много други в този климат на всеобща неготивна тенденция.
- Има и положителни новини, свързани със състоянието на музикалния бизнес в наши дни - предлагането на нови услуги, които дават възможност на потребителите да се наслаждават на музиката по различни начини. Лейбълите продължават да представят на пазара голямо разнообразие от музикални продукти, които повече от всякога радват почитателите на музиката.
- В момента се води също така и дебат за бъдещото развитие на икономическата среда, от която не само музиката, но и всички креативни индустрии зависят в епоха време, когато самият принцип за заплащане на творческия труд е поставен по заплаха. Днес правителствата окуражават сътрудничеството на доставчиците на Интернет, осъзнавайки, че бездействието не е добър избор. Но истинските резултати от тези инициативи очакваме през 2009 г.

ГЛАВА ПЪРВА: ИДВА НОВА ЕРА В ДИГИТАЛНАТА МУЗИКА

- Музикалната индустрия се преоткрива във различни формати, за да отговори на новите форми на потребителското търсене в среда, оформена от новите технологии.
- През 2008 г. музикалната индустрия нарастна в международен план с около 25 %, достигайки 3.7 млрд. Щатски долара. Дигиталните платформи днес съставляват близо 20% от продажбите на звукозаписи, спрямо 15% за 2007г.
- Звукозаписната индустрия генерира по-сериозни пропорции в своите доходи от дигитални продажби, отколкото е общото количество дигитални продажби на филмовата и издателската индустрии /вестници и списания/.
- Потребителското търсене на музика е по-високо от всякога. Изследване на NPD показва, че потреблението на музика в САЩ е нарастнало с 1/3 за периода 2003 -

2007 г. Нийлсен СаундСкан посочва повсеместно повишаване на продажбите на музика в САЩ през 2008 г.

- Музикалните фенове имат възможност да достигат до музика в голямо разнообразие по нови начини, вкл. чрез свободен достъп в онлайн магазини, без прилагане на технически средства за защита /DRM/ и чрез различни услуги за достъп до музика с уредени права. Постепенно музикалните компании променят своята политика от продажба на музикални продукти към монетаризиране на потребителското търсене.
- Законното сваляне на сингли за 2008 г. нараства с 24% и достига общата цифра от 1.4 милиона като движи нагоре пазара, а продажбите на дигитални албуми също бележат стабилен ръст от близо 36%. Най-продаваният сингъл за 2008 г. е Lollipop на Lil Wayne.

Основни пазари:

- САЩ са водещият пазар на дигитална музика с 50% от общите световни продажби. Там продадените дигитални сингли надхвърлят 1 млрд. За първи път през 2008 г. и достигат 1.1 млрд., като ръстът е от 27% спрямо предходната 2007г. Продажбата на дигитални албуми достига 66 милиона бройки, което е ръст от 32% /данни на Нийсен СаундСкан/.
- Япония – доминиращият от мобилни платформи пазар, продължава да бъде истинска история на успеха, като тук дигиталните продажби допринасят за общото статистическо нарастване на приходите от продажби през първата половина на 2008 г. 140 милиона са продадените мобилни сингли през 2008 г., което бележи ръст от 26% спрямо предходната година/данни на RIAJ/
- Великобритания също отбелязва най-голямо повишаване до момента на дигиталните продажби през първата половина на 2008 сред водещите музикални пазари – ръст от 45%. 110 са продадените сингли през 2008 г. , което е с 42% повече от 2007г. Продажбите на дигитални албуми скачат рязко – ръст от 65% и достигат 7.7% от общия пазар на албуми в страната. /данни на OCC/BPI/.
- Франция също отбелязва сериозен растеж с продажби, които бележат ръст от 49% през 2008г. 14.5 милиона сингли са продадени през тази година, което е с 20% повече от 2007 г., а продадените дигитални олбуми са вече 1.4 милиона – ръст от 27%. /данни на SNEP/.
- Дигиталната музика в Германия показва стабилно движение нагоре. Продажбите чрез PC и мобилни платформи нарастват с 36% от година на година и достигат

66млн Евро за първата четвърт на 2008 г. Продажбите на дигитални албуми също е увеличена с 55%, а тази на дигиталните сингли – с 13% /данни на GfK, януари септември 2008/.

Преход към „достъп до музика”

- Музикалният бизнес осъществява преход от модела на директните продажби към „монетаризиране” на достъпа до музика. Въвеждането на услуги за легален достъп до музика е най-важното събитие в текущото развитие на музикалния бизнес. Ако услугите са различни в детайлите, общото между тях е принципът на предлагане на свободен достъп до музика на потребителите, което се осъществява или посредством т.нар. „bundle/комбинирани” услуги, или като допълнителен абонамент.
- Comes With Music на Nokia дава достъп до музика като бонус при закупуване на апарат, както и PlayNow plus на Sony Ericson, TDC в Дания и DNA във Финландия комбинират легалния достъп до музика с абонамент за ширококолов интернет или мобилна връзка. Подобен е подходът и на BSkyB във Великобритания. Във Франция Neuf Cegetel, Orange, SFR комбинират различни степени на достъп до музика с абонаменти за мобилна връзка или скоростен интернет.

По-голям избор на музика онлайн:

- Звукозаписните компании отговориха на проблемите, свързани с технологичната съвместимост между различните записващи устройства и услуги чрез повишаване достъпа до музика без използване на технологични средства на защита /DRM/.
- iTunes остава най-основният играч на „а ла карт” пазара, надхвърляйки 6 млрд. Продажби през януари 2009, когато сайта оповести наличието на 8 милиона парчета, свободно достъпни без DRM. AmazonMP3, който стартира в Обединеното кралство през декември 2008 отбелязва стабилен растеж и съгласно изследване на NPD този ръст не е за сметка на продажбите чрез iTunes.
- Музикалните компании лицензираха свободен достъп до музикални парчета и към други администратори на онлайн услуги в Европа като 7Digital, Tesco, Dada, HMV и Play.com. 7Digital докладва, че след премахването на технологичните мерки за защита продажбите рязко се покачат, особено продажбите на албуми.

Социални мрежи и услуги, финансирани чрез реклама:

- Нови потоци на доходи се откриха за индустрията чрез лицензирането на услуги, които са безплатни за потребителите, но обезпечават дължимите възнаграждения за

изпълнителите, композиторите и музикалните компании посредством лицензионни такси или процент от рекламни приходи.

- MySpace Music си партнира с всички мейджъри при откриването си през септември 2008. Услугата дава достъп до стрийминг на огромен каталог от парчета и позволява покупка от AmazonMP3.
- YouTube е пазарният лидер в стрийминга на музикално видео и разполага с каталога на три от мейджърите. Половината от видеозаписите, които са на разположение за стрийминг в YouTube, са музикални.
- Услугите, които се финансират чрез реклама, са алтернатива на P2P мрежите. Изследване в САЩ показва, че 45 милиона потребители нямат нищо против рекламите, ако те им гарантират свободен достъп до музика. Стартиралата през ноември 2008 г. We7 се превърна в последната профилирана ad-supported платформа.

Новите перспективи - игри, брандове и мърчандайз:

- За музикалните компании се очертават нови възможности за доходи при използване на различни начини за монетизиране на музиката. Връзките между изпълнителите и брандовете генерира допълнителна стойност и е във фокуса на музикалните компании.
- Синхронизационните права също се оказват особено важни за стартиране на успешна музикалната кариера. Так Пол Пот стана известен в цяла Германия след използване на негово изпълнение в реклама на Deutsche Telecom.
- Нарастват доходите от синхронизационни права при игрите. По данни на Юнивърсъл Мюзик Груп приходите от тези права надхвърлят приходите от синхронизиране на музиката във филми и отстъпват само на тези приходи от реклами. Музикалните игри са вече 15% от пазара в САЩ.
- Партньорството музика – игри има огромен потенциал, но придивиква загриженост относно справедливата оценка на стойността на лицензираната в тези случаи музика.
- Музикалните компании непрекъснато използват мърчандайз като част от своите интегрирани пакети за потребителите. Така Sony Music продаде последния албум на AC/DC с ексклузивни тенис-фanelки за 20 щатски долара чрез веригата магазини Walmart и така реализира големи продажби.

Публичното изпълнение – да получиш справедлива цена за музиката:

- Огромен брой търговци използват музиката, за да привличат и задържат вниманието на купувачите, да увеличават своята производителност или да повишават настроението на своите служители. Изпълнителите и продуцентите трябва да получават справедливо възнаграждение за използването на тяхната музика.
- В доклад на Price Water House се посочва, че използваната при публично изпълнени музика е сериозно подценена: в методологията за формиране на тарифите често липсва задълбочен анализ. От редица проучвания е видно, че музиката е основен двигател за развитието на бизнеса на трети страни – ресторанти, радиа, барове и нощни клубове.
- В два от най-големите пазари на музика – САЩ и Япония, не се изплащат възнаграждения за използване при радио-и телевизионно излъчване, а в Китай липсва законодателство за случаите на използване при публично изпълнение. Отстраняването на тези проблеми е важен приоритет за Международната федерация на звукозаписната индустрия - IFPI.

ГЛАВА ВТОРА: ОСНОВНАТА МИСИЯ Е ИНВЕСТИРАНЕТО В МУЗИКАЛНИ ТАЛАНТИ

- Музикалната индустрия инвестира до 20% от своите приходи в откриване и развитие на млади таланти. Успехът на едни музикални таланти завихря цикъл от инвестиции, чрез които приходите захранват обратно развитието на нови изпълнители.

Да разсеем дигиталния шум:

- Днес технологиите позволяват на изпълнителите да правят сами звукозаписи на своите изпълнения и да ги разпространяват сами онлайн, без помощта на звукозаписните компании, но от тези инициативи няма налице нито една значителна музикална кариера.
- Един от големите проблеми на изпълнителите, избрали този модел за реализация, е огромното количество музикално съдържание в глбалната мрежа – над 2.5 милиона хип-хоп изпълнители и 1.8 милиона рок певци предлагат свои изпълнения чрез MySpace.

Да добавим креативна стойност:

- Звукозаписните компании помагат на изпълнителите да достигнат до феновете в един свят на многообразие и сложни взаимодействия, като подсигурият сделки с различни видове партньори.
- Музикалните компании могат да добавят креативна стойност към продукта на изпълнителя и да действат като качествен контрол. Те могат да улеснят връзката с най-добрите композитори и текстописци, като и с водещите продуценти в бизнеса.
- Музикалните компании разполагат със специални екипи, които могат да замислят и осъществят сериозни кампании за лансиране, каквито никой от самостоятелно действащите певци, които се борят да оцелеят на пазара, не може да си позволи.

Да разширим услугите:

- Музикалните компании непрекъснато разширяват обхвата на своите ангажименти към артистите-изпълнители, често прибегвайки до директна връзка с потребителите чрез създаване и поддържане на специализирани уеб-сайтове или чрез използване на социалните мрежи.
- Често пъти се подписват сделки от ново поколение, при които музикалните компании разширяват своите гаранции за извършване на авансови плащания и организиране на концерти срещу процент от различни по вид приходи като приходи от билетни продажби и мърчандайс.

ГЛАВА ТРЕТА: КАК ДА МОНЕТАРИЗИРАМЕ МУЗИКАТА В ЕПОХА НА СВОБОДЕН ДОСТЪП – ПРАВИТЕЛСТВАТА И ИНТЕРНЕТ ДОСТЪВЧИЦИТЕ ДЪРЖАТ КЛЮЧА КЪМ РЕШАВАНЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ

- Най-голямото предизвикателство за музикалната индустрия е да генерира приход в среда, доминирана от безнаказания достъп до нелицензирана свободно предлагана музика. По данни на IFPI през 2008 г. обект на незаконен обмен са над 40 млрд. защитени музикални файла, което означава 95% пиратство в интернет.

Каква е цената на свободния достъп до музика?

- Независими изследвания показват, че музикалното пиратство причинява на индустрията огрошни загуби. Jupiter Research изчислява, че тези загуби за 2008 г. само за Обединеното кралство възлизат на 180 милиона британски лири.
- Близко 16% от интернет потребителите в Европа редовно обменят файлове с музика чрез съответните p2p мрежи, по данни на Jupiter Research.

- Други независими изследвания показват, че наличието на безплатен достъп до музика е основният двигател за извършването на закононарушения в интернет, като според EMR при 71% от тези случаи именно споделянето на файлове с музика е причина за нарушаването на закона.
- Издаването на нови албуми във Франция бележи спад от 8% за първата половина на 2008 г., а издаването на нови артисти - 30%. Така делът на Франция в общата статистика за новоиздадените музикални албуми спадна от 15% на 10% за периода от 2005 до 2008г.
- Идеята за т.нар. „постепенен отговор” може да проработи и без голям брой прекъснати интернет връзки. Според EMR 72% от потребителите в интернет са готови да спрат незаконното разпространение и обмен, ако получат предупреждение от своите доставчици на интернет.

От идеята към реалните действия: правителствата поставят на дневен ред сътрудничеството на интернет доставчиците

- Принципът, че доставчиците на интернет услуги трябва да играят ключова роля в закрилата на творческото съдържание онлайн вече се трансформира от понятие в реални действия.
- Във Франция правителството подкрепи програмата за „постепенен отговор” през лятото на 2008 и Националното събрание ще гласува законопроект през първата половина на 2009 г. Раздвижването в тази посока дължи много на икономиста Оливие Бомсел, който аргументира позицията, че ако закрилата на авторското право и сродните му права заемаше второстепенна позиция по отношение стимулирането на широколентовия интернет през първата фаза от развитието на креативната интернет икономика, то настана време доставчиците на интернет да се превърнат в справедливи разпределители на съдържание, които спазват закона.
- През юли 2008 г. правителството в Обединеното кралство договори Меморандум за взаимодействие между основните 6 доставчици на интернет услуги, от една страна и музикалния и филмов сектор, от друга. Меморандумът предвижда всички страни по него да съдействат за намаляване на пиратството, като доставчиците се ангажират да изпращат предупредителни писма до потребителите - нарушили закона през пробен период, започващ от октомври 2008 г.
- През декември 2008г. звукозаписната индустрия в САЩ съобщи, че работи заедно с Главния прокурор на щата Ню Йорк и водещи интернет доставчици за общи антипиратски инициативи.

- През февруари 2009 г. Нова Зеландия ще стане първата страна в света, прилагаща системата на „постепенен отговор”, съгласно приетия през април 2008 г. закон. Австралийското правителство даде ясно да се разбере, че следи отблизо развоя на събитията във Франция и Великобритания, за да предприеме свои действия. В тази посока има сериозен напредък в Япония, Хонг-Конг и Корея.
- Съдебни решения постановяват задължение за интернет доставчиците да содействат в борбата срещу пиратството по техните мрежи. Съдът в Белгия потвърди решението, съгласно което интернет доставчика Scarlet трябва да действа така, че да препятства закононарушенията в своята мрежа. Подобна е заповедта на Датския съд към интернет доставчик за блокиране достъпа до The Pirate Bay, както и решението на Финландския съд да постанови прекъсване на интернет връзката на потребител, който качва в интернет голямо количество незаконно съдържание.

ГЛАВА ЧЕТИРИ: ОБРАЗОВАНИЕТО – БИТКАТА ЗА СЪРЦАТА И УМОВЕТЕ

- Обучаването и информирането на обществото и идните поколения относно същността и значението на авторското право и сродните му права са от решаващо значение за оцеляването и успеха на музикалната индустрия. Звукозаписната индустрия е в основата или бе активен партньор в над 70 програми в цял свят през 2008 г. вкл.: телевизионни реклами, документални филми, кампании с отворени писма, турнета на училищни оркестри, учебни пособия за учители, онлайн съвети и полезна информация за родителите.
- *Младешите, Музиката и Интернет* е ръководство, публикувано в партньорство с благотворителната онлайн платформа за деца Childnet, с което се дават съвети на родителите как да защитават своите деца в дигитална среда и как същите да ползват законно музикално съдържание онлайн или в мобилната мрежа.
- Сайтът www.pro-music.org е подкрепен от международно сдружение на различни структури и групи от музикалния сектор и има за цел повишаване на обществените нагласи в подкрепа на законното разпространение на дигитална музика. Този сайт предлага достъп до най-пълния възможен списък с легални онлайн магазини за музика, месечни дигитални класации от цял свят, инструменти за обучение и информация как да имаме успешен музикален бизнес.

ГЛАВА ПЕТ: ГЛАСОВЕ ОТ ТВОРЧЕСКИТЕ ИНДУСТРИИ

Изказвания на музикални мениджъри:

- Arthur Spivak, мениджър на звезди като от Tori Amos до We Are Scientists, Bertis Down, мениджър на REM, David Holmes, мениджър на Coldplay и Paul McGuinness,

мениджър на U2 се произнасят в един глас в защита на уважението към творческия труд, както и в подкрепа на активното сътрудничество от страна на интернет доставчиците за по-ефективна закрила на авторските и сродните права.

Общото предизвикателство пред креативните индустрии:

- Музиката често се възприема като „канарчето в мината за въглища” по отношение прехода към дигитално разпространение, но и другите творчески индустрии все по-често се сблъскват с проблемите на своето дигитално бъдеще.
- Нарушенията на закона за авторското право и сродните му права онлайн се превърнаха в голям проблем за филмовата индустрия. Според изследвания на Ipsos над 3 милиона души във Великобритания свалят незаконно филми, а процентът на потребителите в интернет, които считат процеса на незаконно сваляне „твърде сложен” непрекъснато спада от 30% до 11% за периода 2006-2007 г.
- Rick Cotton, генерален съветник в NBC Universal, твърди че технологиите позволяват справяне с дигиталното пиратство и еволюиране на интернет екосистемата до изграждане на среда, която е благоприятна за интелектуалната собственост, като по този начин се гарантира и доставката на подходящо високо качествено съдържание до потребителите.
- Tracy Chevalier, авторът на „Girl with a Pearl Earring” и бивш председател на дружеството на авторите във Великобритания счита, че издателската индустрия трябва да се поучи от това, което се случи с музикалната и изразява безпокойство относно бъдещото справедливо заплащане за авторите при очакваното широко разпространение на нелицензирани копия на книги онлайн.

ГЛАВА ШЕСТА: ПРЕДПРЕМИЕРНОТО ПИРАТСТВО - ИНДУСТРИЯТА ПРЕДПРИЕМА ДЕЙСТВИЯ

Анти-пиратските звена в IFPI активизират своите действия срещу предпремиерното пиратство:

- Антипиратското звено на IFPI има изключителни успехи в проследяването и откриването на нелицензирано съдържание онлайн, както и в разследването на тези, които предоставят достъп до такова съдържание в глобалната мрежа, като идентифицира сървърите, складиращи това незаконно съдържание, както и администраторите и тракерите, насочващи потребителите към използването му.
- Успехът на антипиратското звено съдейства за задържане на нивото на пиратството, което се илюстрира от процентите на редовните нарушители на закона в Европа, който се запазва около 18% при непрекъснато увеличение на

ширококоловия достъп и нарастване на разпространението му в Европа от 5 % на 42% от интернет връзките.

- Антипиратският екип на IFPI увеличи броя на затворените линкове към незаконно музикално съдържание от 550 000 през 2007 до близо 3 милиона през 2008 г. Неговите специализирани усилия се фокусират особено върху предпремиерното пиратство, което причинява тежки щети на новоизлизащите албуми в най-уязвимия период от тяхната промоция.

Действия в студентски градчета и кампуси:

- Асоциацията на американската звукозаписна индустрия /RIAA/ фокусира своето внимание върху незаконното качване на музикално съдържание от студенти и колежани чрез широкомащабна кампания за промяна на нагласите и за превенция на нарушенията. В много университети на САЩ са въведени нови правила и технологични решения, които водят до значителен спад в нивото на нарушенията на територията на студентските градчета и кампуси.