

Информационен бюлетин на БАМП – м. Март 2021 г.

Мейджърите отстъпват доминантната си позиция в Spotify бавно, но сигурно

Икономически анализи показват, че до 2030 година стойността на Spotify ще надхвърли \$300 милиарда. Интересно е да се предположи какъв ли ще бъде процентът от тази сума за лицензираната музика, представлявана или собственост на големите музикални компании?

Според някои актуални данни, предоставени от платформата, присъствието на мейджърски репертоар в Spotify бавно, но прогресивно намалява...

Източник: [MBW](#)

SoundCloud е на път да въведе нова системата на заплащане на база индивидуално потребление, увеличава ползата за независимите артисти

Един от най-разгорещените дебати в съвременния музикален бизнес е дали да се прилага система на лицензиране и изплащане на възнаграждения на база конкретното потребление (user-centric licensing). При този модел роялтизите за стрийминг се изплащат въз основа на индивидуалното поведение на всеки един потребител, като процент от неговата абонаментна такса се разпределя единствено и само към съответния артист/лейбъл, чиято музика е била слушана/гледана от този потребител в рамките на месеца, за който се прави плащането.

Този модел на плащане е различен от т.нар. „про-рата“ система за изплащане на възнаграждения, практикувана от стрийминг платформите понастоящем. При нея парите, дължими към правоносителите за лицензираната музика, се отделят в

края на всеки период за плащане и се разпределят между тях на база на пазарния им дял, изчислен като процент от общия брой стримвания от платформата за въпросния период.

Тази система за разплащане очевидно облагодетелства големите поп суперзвезди, докато се счита, че отчитането на индивидуалното потребление ще гарантира по-добро заплащане на независимите артисти и лейбъли, и по-специално при нишовите търсения като класическа музика и джаз.

Критиците на модела „про-рата“ подчертават, че този принцип на плащане редовно води до отчисляване на част от абонаментните такси на потребители на платформата, за стрийминг на музика, към която те никога не са имали интерес.

Инициативата на SoundCloud обещава да сложи край на тези спорове.

Източник: [MBW](#)

Саня Армутлиева: Заради абсурден закон музикантите не печелят от песни онлайн

„Пред дигитализацията на огромна част от българския каталог стоят един пълен абсурд и недоглеждане в българското законодателство, несъществуващ където и да било другаде. Звукозаписите в Европейския съюз и в много страни по света имат защита от 70 години след датата на публичната им премиера, което позволява на продуцентите да ги експлоатират активно в най-различни формати, включително в т. нар. дълга опашка на дигиталното използване. В нашия закон обаче продуцентът на всеки 10 години трябва да подписва нов договор с авторите на музиката, което пречи за ефективното използване на вече създадените записи“, каза пред вестник „24 часа“ Саня Армутлиева - председател на УС на БАМП и управител на Вирджиния Рекърдс.

„Пречи и на артистите, чиито изпълнения са включени в тези записи, да печелят от тяхното нормално използване в рамките на гарантирания от европейската правна рамка срок на закрила. Резултатът е тотален хаос, свързан с репертоара, продуциран преди падането на комунистическия режим и неговото използване в дигитална среда. Често българските артисти, свързани с естрадата, не получават отчисления, ако продуцентът е качил съдържанието в дигиталните платформи, а голяма част от продуцентите пък изобщо не качват това съдържание, защото договорите им с авторите на музиката в записите са изтекли, а да бъдат подновени, се оказва невъзможно усилие. Ако държавните институции не се събудят и не оправят това явно противоречие, скоро ще има дела срещу страната

на европейско ниво, базирани на несъответствието на българското законодателство с европейското. На чисто практическо ниво огромна част от българския репертоар няма да има път към дигиталните платформи, няма да стане част от ръста на българския музикален пазар, а губещи ще са всички български автори, артисти и продуценти, свързани с него“.

Източник: [вестник „24 часа“](#)

BTS станаха „Глобален артист за 2020“ на Международната федерация на звукозаписната индустрия (IFPI)

Международната федерация на звукозаписната индустрия – IFPI, обяви победителите в надпреварата за най-добре продаван артист през 2020. Това са корейските суперзвезди от момчешката група BTS, които оглавиха тазгодишната класация на музикалната индустрия с постигнати най-добри тиражи в световен мащаб, както при продажбата на физически носители, така и като дигитално потребление.

Обявяването на носителите на наградата „Глобален артист за 2020“ беше кулминацията във възходящото паралелно оповестяване чрез **Twitter и Instagram** на Топ 10 от най-добре продаваните артисти за изминалата година в световен мащаб. *IFPI Global Artists' Chart* е една от трите официални класации на музикалната индустрия и нейната световна организация, която проследява цялостната верига от продажби на записана музика по целия свят във всички възможни формати, от стрийминг до винил.

BTS оглавяват тази класация, след като завършиха втори през 2018 и седми през 2019. Това престижно отличие се присъжда за първи път на корейски изпълнители и на артисти, които изпълняват предимно песни на език, различен от английския.

Източник: [actualno.com](#)

***Blinding Lights* е “Дигитален сингъл на 2020“**

Международната федерация на звукозаписната индустрия (IFPI) обяви песента ***Blinding Lights*** на **The Weeknd** за победител в официалната класация на музикалната индустрия „Дигитален сингъл на 2020 година“ (*IFPI Global Digital Single Award*), съобщава Българската Асоциация на Музикалните Продуценти (БАМП), национална група на IFPI.

Тази традиционна годишна класация на IFPI представя най-успешните сингли в световен мащаб на база резултати в различните дигитални формати на потребление – от даунлоуд до стрийминг чрез абонамент или чрез услуги, подкрепени от реклама.

Blinding Lights е вторият сингъл от четвъртия студийен албум **After Hours** на канадския певец, автор и продуцент **The Weeknd**, който излезе през март 2020 година. Парчето постигна впечатляващ комерсиален успех и зае първото място в музикалните класации на над 30 страни, подхранвано от вайръл денс предизвикателство, тиражирано в платформата TikTok и поредица разтърстващи рекорди. Попадаше редовно в Топ 10 и Топ 5 на седмичните класации за сингли на Billboard - „Hot 100“. За цялата 2020 година **Blinding Lights** постигна в световен план еквивалента на изумителните 2.72 милиарда стримвания на база абонамент.

Източник:njoy.bg

MAP OF THE SOUL: 7 на BTS е „Албум на годината във всички формати“

Това е изключителен втори триумф за момчетата от Южна Корея, които преди дни станаха „Глобален артист на 2020“ в класациите на музикалната индустрия, изготвяни от Международната федерация на звукозаписната индустрия (IFPI).

Тази класация допълва вече традиционните световни класации на IFPI и е състезание между най-добре продаваните албуми в глобален мащаб, при отчитане на всички възможни формати на потребление – физически продажби, вкл. чрез онлайн магазини, цифрови продажби като даунлоуд, както и приходи от различните стрийминг платформи и услуги.

Още с излизането си през февруари 2020 г., четвъртият студийен албум на суперзвездите **BTS - MAP OF THE SOUL: 7**, отбеляза рекордни продажби и оглави музикалните класации по цял свят. Албумът постигна невиждани до момента тиражи в Южна Корея - родината на групата. Мигновено се превърна в глобален хит като зае водещи позиции в класациите на петте най-големи световни пазари за музика – САЩ, Япония, Обединеното кралство, Германия и Франция. В България **MAP OF THE SOUL: 7** е #3 в ТОП 10 на най-продаваните албуми за 2020 г. на база физически продажби, включително в онлайн магазините.

Източник:БАМПИ/IFPI

Рекордно нисък интерес към телевизионното излъчване на Грами

63-то издание на годишните награди Грами бяха проследени в директно предаване по телевизията от едва 8.8 милиона зрители в САЩ – спад с 53% спрямо миналата година по данни от компанията за измерване на аудиторията, Нийлсен. През 2020 събитието привлече над 18.7 милиона зрителски интерес.

Тазгодишното представяне на наградите, водено от южно африканския актьор Тревор Ноа, се оказа най-слабо гледаното телевизионно издание на Грами в историята на тази церемония. Зрителският интерес в САЩ е редуциран наполовина спрямо регистрираната през 2006 т аудитория от над 17 милиона пред телевизионния екран.

Оказва се, също така, че рейтингът на тази наградите Грами драматично спада през годините сред зрителската група в най-активна възраст - между 18 и 59 години. През 2021 едва 2.1% са гледали директното телевизионно предаване на церемонията, а близо 98% от тази зрителска аудитория са проявили нулев интерес. За сведение, през 2020 интересът към Грами в тази демографска група е 5.4%, а през 2019 – 5.6%. Тенденцията е повече от ясна....

Източник: [MBW](#)

Над 13 хиляди артисти печелят по 50 000 щатски долара от Spotify

Сред най-ожесточените дебати, свързани със Spotify е колко печелят артистите от тази платформа. В средата на март 2021 компанията отговори на този въпрос веднъж завинаги, чрез информацията на своя нов уебсайт – Loud & Clear.

Новият сайт на платформата предоставя изобилие от информация за артистите и техните представители, включително солидни данни за възнагражденията, които Spotify изплаща към музикантите и музикалната индустрия.

Една от секциите на уебсайта посочва и броя на артистите, които от 2017 г. насам генерират над 50 хиляди щатски долара възнаграждения годишно (за авторски и сродни права) от стрийминга чрез тази аудио-платформа.

Източник: [MBW](#)

Има ли глобален спад при индекса „Среден приход от абонат“ през изминалата 2020 година?

В своя годишен доклад за състоянието на музикалната индустрия – Global Music Report (GMR), Международната федерация на звукозаписната индустрия (IFPI) сподели добри новини за официалните търговски приходи на музикалната индустрия в глобален план.

Въпреки пандемия, през 2020 общите приходи на индустрията в световен мащаб достигнаха 21.6 милиарда щатски долара – ръст от 7.4% спрямо предходната 2019. Налице е растеж за шеста поредна година, най-значителен като обем за периода и близък до постигнатия исторически максимум през далечната 2002 година общ глобален приход от 22.1 милиарда щатски долара.

Но зад въодушевлението от добрите резултати в годината на пандемия се крие проблем, който не дава спокойствие на музикалната индустрия от известно време – негативният тренд в развитието на един важен за анализа на дигиталното разпространение статистически индекс - Average Revenue Per User (ARPU)/ Среден приход от абонат.

Анализ на онлайн изданието *Music Business Worldwide*, подкрепен от *Instrumental*, показва наличие на спад от около 8% глобално при този индекс, свързан с ключовите за съвременната музикална индустрия приходи от платен стрийминг...

Източник: [MBW](#)