



## **ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΔΙΣΚΩΝ 2000 -2007**

**Ένα σύντομο οδοιπορικό στις προκλήσεις, τα διλήματα, τις χαμένες ευκαιρίες και τα λάθη που οδήγησαν το άλλοτε εύρωστο τμήμα της παγκόσμιας βιομηχανίας στο χείλος του γκρεμού.**

Από την αρχή του έτους έως σήμερα, οι συνολικές πωλήσεις των CD έχουν σημειώσει πτώση 16%. Μέσα σε κλίμα ευρέως εξαπλωμένης πειρατείας και με την αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για ψηφιακά singles χαμηλού κόστους αντί για άλμπουμ, η μουσική βιομηχανία οδηγήθηκε σε ιστορική παρακμή.

Τα κυρίαρχα labels παλεύουν να επανασχεδιάσουν τα επιχειρησιακά τους μοντέλα αν και δεν είναι λίγοι εκείνοι που αναρωτιούνται μήπως είναι πλέον αργά. Ο Peter Paterno νομικός εκπρόσωπος του συγκροτήματος των Metallica και του Dr Dre αναφέρει: Οι δισκογραφικές εταιρείες έχουν πεθάνει! Έχασαν την ευκαιρία να ακολουθήσουν το ρεύμα και τώρα αδυνατούν πλέον να αξιοποιήσουν οικονομικά τα υπέροχα περιουσιακά στοιχεία που διαθέτουν.

Το 2000 οι καταναλωτές στις ΗΠΑ αγόρασαν 785,1εκ. άλμπουμ. Πέρσι, 588,2εκ. άλμπουμ, στα οποία περιλαμβάνονται CD και καταφορτωμένα (downloaded) άλμπουμ. Εκείνη τη χρονιά τα 10 πιο δημοφιλή άλμπουμ στις ΗΠΑ πούλησαν συνολικά 60εκ. αντίτυπα. Το 2006 όμως, τα 10 δημοφιλέστερα άλμπουμ πούλησαν μόνο 25εκ. αντίτυπα. Αντίθετα, οι ψηφιακές πωλήσεις αναπτύσσονται -οι καταναλωτές αγόρασαν 582εκ. ψηφιακά singles (αύξηση 65% από το 2005) και ringtones αξίας \$600εκ.-οι νέες όμως πηγές εσόδων δεν καλύπτουν προς το παρόν το έλλειμμα.

Περισσότεροι από 5000 υπάλληλοι δισκογραφικών εταιρειών έχουν απολυθεί από το 2000. Ο αριθμός των κυρίαρχων labels μειώθηκε από 5 σε 4 όταν το 2004 η Sony Music Entertainment συγχωνεύθηκε με τη BMG Entertainment ενώ η EMI αγοράστηκε πρόσφατα από την εταιρία επενδύσεων Terra Firma Capital Partners.

Περίπου 2700 δισκοπωλεία έκλεισαν στις ΗΠΑ μέσα στο 2003. Το περασμένο έτος, η Tower Records που αντιπροσώπευε το 2,5% των συνολικών πωλήσεων λιανικής, μέσω μιας αλυσίδας 89 καταστημάτων έκλεισε και η εταιρεία Musicland που λειτουργούσε πάνω από 800 καταστήματα υπό τη φήμη Sam Goody κήρυξε όπως και πολλοί άλλοι, πτώχευση.

Το 65% όλων των μουσικών πωλήσεων γίνονται πλέον σε καταστήματα όπως το Wal-mart και το Best Buy τα οποία προωθούν πολύ λιγότερους τίτλους από τα εξειδικευμένα μαγαζιά καταβάλλοντας παράλληλα εμφανώς λιγότερες προσπάθειες στην προώθηση νέων καλλιτεχνών.

Πριν λίγα χρόνια αρκετοί εκ των υπευθύνων των μεγάλων δισκογραφικών εταιριών πίστευαν ότι το πρόβλημα θα λυθεί βγάζοντας στην αγορά μεγαλύτερες

επιτυχίες. Η πραγματικότητα τους διέψευσε κατηγορηματικά και δείχνει τώρα να συνειδητοποιούν ότι τα προβλήματά τους ήταν δομικά και οργανωτικά.

Το Internet αποτελεί τη σημαντικότερη τεχνολογική αλλαγή που βίωσε η μουσική βιομηχανία από το 1920 όταν το κέντρο δραστηριοποίησης μετατοπίστηκε από τις μουσικές (sheet music) στους φωνογραφικούς δίσκους.

Η ανάγκη της επιβίωσης επέβαλε στις δισκογραφικές να προβούν σε κινήσεις αδιανόητες για αυτές πριν λίγα χρόνια όταν ήταν ακόμα κυρίαρχες στο παιχνίδι τους.

- Τον περασμένο Ιούνιο η Warner ανακοίνωσε τη συμφωνία της με το διαδικτυακό τόπο Lala.com που θα επιτρέψει στους καταναλωτές τη δωρεάν ακρόαση του ρεπερτορίου μέσω τεχνολογίας συνεχούς ροής, επιδιώκοντας την πληρωμή για τις καταφορτώσεις (downloads).
- Το Μάιο, η EMI άρχισε να επιτρέπει την πώληση του ρεπερτορίου της από το μουσικό κατάστημα iTunes, δίχως προστασία του λογισμικού DRM το οποίο και υποστήριζε φανατικά για χρόνια.
- Όταν το YouTube ξεκίνησε την προβολή μουσικών βίντεο χωρίς άδεια και τα τέσσερα κυρίαρχα labels προτίμησαν αντί να το μηνύσουν για παραβίαση πνευματικής ιδιοκτησίας να προβούν σε συμφωνίες για την παροχή αδειών.

**Ποιος τελικά «σκότωσε» τη μουσική βιομηχανία** (τουλάχιστον με την μορφή που την γνωρίζαμε); «Οι ίδιες οι δισκογραφικές οδήγησαν την κατάσταση εδώ» δηλώνει ο πρόεδρος της Virgin Entertainment Group, Simon Wright. Αν και υπάρχουν παράγοντες πέραν του ελέγχου των εταιριών, όπως η άνοδος του Internet ή η αυξανόμενη δημοτικότητα των βίντεο-παιχνιδιών και DVD, πολλοί στη βιομηχανία βλέπουν τα τελευταία επτά χρόνια σαν μία περίοδο γεμάτη αστοχίες, λάθη και χαμένες ευκαιρίες. Μια από τις μεγαλύτερες αποτυχίες ήταν η αδυναμία των εταιριών να επιληφθούν αποτελεσματικά του ζητήματος της ηλεκτρονικής πειρατείας από την αρχή, με το να αποφύγουν τη ρήξη και να συνεργαστούν με την πρώτη υπηρεσία μερισμού αρχείων, Napster. «Η δισκογραφία είχε τότε μία απίστευτη ευκαιρία. Όλοι χρησιμοποιούσαν την ίδια υπηρεσία. Σαν να άκουγαν όλοι τον ίδιο ραδιοφωνικό σταθμό. Αντί οι εταιρίες να συνεργαστούν επέλεξαν την αντιπαράθεση με την Napster μηνύοντας την. Η Napster έκλεισε και όλα εκείνα τα 30-40εκ. χρήστες στράφηκαν σε άλλες υπηρεσίες μερισμού αρχείων που ξεφύτρωναν εδώ και εκεί σαν μανιτάρια. Στην ουσία οι δισκογραφικές εταιρίες έσκαψαν το λάκκο τους αφού πρώτα άφησαν να χαθούν δις. δολαρίων που θα εισέπρατταν ως αποτέλεσμα της συνεργασίας.

**Τα πάντα θα μπορούσαν να είναι διαφορετικά!:** Τη 15<sup>η</sup> Ιουλίου 2000 οι διευθύνοντες σύμβουλοι των εταιριών Universal, Sony και Bertelsmann συναντήθηκαν σε ένα ξενοδοχείο στο Sun Valley του Idaho για μυστικές συνομιλίες με τον διευθύνοντα σύμβουλο της Napster, Hank Barry. Αντικείμενο της συνάντησης ήταν η πρόθεση να κλειστεί η συμφωνία χορήγησης αδειάς στη Napster προκειμένου να επιτραπεί στα 38εκ. χρηστών της υπηρεσίας να συνεχίσουν τις καταφορτώσεις (downloading) έναντι μηνιαίας συνδρομής με μοίρασμα των εσόδων μεταξύ της Napster και των δισκογραφικών. Τελικά, παρά τη δημόσια προσφορά ενός δις. δολαρίων από τη Napster, οι εταιρείες δεν πρόβλεψαν ποτέ σε κάποια συμφωνία. Οι δισκογραφικές εκαλούντο να κάνουν ένα μεγάλο βήμα το οποίο δεν τόλμησαν επηρεασμένες από τις φωνές συμβούλων, συνεργατών και καλλιτεχνών που έλεγαν: «Καλύτερα να μην πουλήσετε φθηνότερα online προϊόντα από ότι σε ένα κατάστημα ή μην καταστρέψετε τις πωλήσεις μου στο Wal-Mart κ.α.».

Τα κακά νέα δεν σταματούν εδώ. Μετά το κλείσιμο της Napster στις 2 Ιουλίου 2001 οι δισκογραφικές πειραματίστηκαν ανεπιτυχώς προσπαθώντας να δημιουργήσουν δικές τους συνδρομητικές υπηρεσίες όπως η PressPlay που αρχικά προσέφερε ρεπερτόριο των Sony, Universal και EMI και η MusicNet που προσέφερε ρεπερτόριο των εταιριών EMI, Warner και BMG music.

Χρειάστηκε τελικά να περάσουν 2 χρόνια ραγδαίως αυξανόμενης διακίνηση μουσικής με παράνομα μέσα, προτού αντιπροταθεί μια νομότυπη και όπως αποδείχτηκε βιώσιμη λύση με την παραχώρηση άδειας στο iTunes Music Store της Apple που λανσαρίστηκε την Άνοιξη του 2003.

Για πολλούς, η περίοδος 2001-2003 υπήρξε η πλέον καταστροφική για τη μουσική βιομηχανία. **«Τότε ήταν που χάσαμε τους χρήστες» λέει ο Hilary Rosen τότε διευθύνων σύμβουλος της RIAA (Recording Industry Association of America). Κυριάρχησε η ανταλλαγή αρχείων μέσω δικτύων peer-to-peer και η πραγματική αξία που είχε ως τότε η μουσική στη συνείδηση του κοινού εξαλείφθηκε και έμεινε μόνο η συναισθηματική».**

Το Φθινόπωρο του 2003 η RIAA άσκησε τις πρώτες διώξεις σχετικά με την παραβίαση της πνευματικής ιδιοκτησίας κατά εκείνων που μοιράζονται μουσικά αρχεία. Από τότε έχει μηνύσει περισσότερους από 20.000 χρήστες μουσικής υποστηρίζοντας ότι οι μηνύσεις έχουν σκοπό να διαδώσουν παντού ότι μη εγκεκριμένες καταφορτώσεις μουσικής (downloading) θα έχουν συνέπειες. Όσο και αν ο πρόεδρος της RIAA ισχυρίζεται ότι τα μέτρα που ελήφθησαν δεν είχαν χαρακτήρα τιμωρίας, ο μερισμός αρχείων όχι μόνο δεν μειώθηκε αλλά σημειώθηκε και αύξηση της τάξης του 4,4% στον αριθμό των χρηστών δικτύων P2P το 2006. Η ερευνητική ομάδα BigChampagne αναφέρει ότι κάθε μήνα εξακολουθούν να καταφορτώνονται παράνομα περί το ένα δις. μουσικά έργα.

Σαν αποτέλεσμα των εξελίξεων αυτών οι δισκογραφικές εταιρείες περνούν πραγματικά δύσκολες στιγμές. «Ένας μεγάλος τομέας της Αμερικάνικης βιομηχανίας έχει υποστεί τεράστια ζημιά» δηλώνει ο κος Bainwol του RIAA, και κατηγορεί την πειρατεία ως υπεύθυνη για την κρίση που πλήττει συνθέτες, στιχουργούς, μουσικούς και υπαλλήλους των εταιριών. Ο αριθμός των μουσικών συγκροτημάτων που υπογράφουν συμβόλαια με τις δισκογραφικές έχει μειωθεί δραστικά. «Οι καιροί είναι δύσκολοι και για τους υπαλλήλους των δισκογραφικών εταιριών που νοιώθουν να απειλούνται και να χάνουν την πίστη τους» λέει ο Rosen. Ο Adam Shore, γενικός διευθυντής της Vice Records.

Παρ' όλες τις δυσκολίες που αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει η μουσική βιομηχανία, η αλήθεια είναι ότι το κοινό ακούει περισσότερη μουσική από ποτέ. Ενδεικτικό της άνθισης αυτής είναι ότι από το λανσάρισμά τους το Νοέμβριο του 2001 ως και σήμερα οι καταναλωτές αγόρασαν περισσότερα από 100εκ. iPods της Apple.

Οι επιχειρήσεις που οργανώνουν περιοδείες καλλιτεχνών βρίσκονται στην ακμή τους καθώς έερσι εισέπραξαν συνολικά το ποσό-ρεκόρ των \$437εκ. Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών NPD Group, η ακρόαση ηχογραφημένης μουσικής -από CD, καταφορτώσεις (downloads), video games, δορυφορικό ραδιόφωνο, επίγειο ραδιόφωνο, online streams και άλλες πηγές- έχει σημειώσει αύξηση από το 2002. **Το πρόβλημα που αντιμετωπίζει αυτή τη στιγμή η βιομηχανία είναι το πως θα μετατρέψει το ενδιαφέρον αυτό σε χρήματα.**

**Πώς γίνεται να οδηγούνται σε πτώχευση εκείνοι που δημιουργούν τα προϊόντα μουσικής, ενώ η χρήση αυτών των προϊόντων έχει εκτοξευθεί στα ύψη; «Το μοντέλο είναι λάθος»** παρατηρεί ο κος Kwatinetz διευθύνων σύμβουλος μιας εταιρίας management. Κατά την γνώμη του ολοένα και περισσότερο άλλα είδη επιχειρήσεων -από εταιρείες management όπως η δική του μέχρι και σουτσάιντερ όπως η Starbucks μπαίνουν στα χωράφια των παικτών του κατεστημένου της δισκογραφίας. Ο Paul MacCartney μετά από συνεργασία δεκαετιών άφησε την EMI Records για να συνεργαστεί με τη νεοσύστατη εταιρεία Hear Music της Starbucks. Η επιχείρηση- κολοσσός των ηλεκτρονικών παιχνιδιών Electronic Arts δημιούργησε επίσης μία δισκογραφική, εκμεταλλεόμενη την διαφημιστική αξία των παιχνιδιών της, ενώ η CBS Records που πρόσφατα λειτούργησε ξανά θα πουλάει μουσική η οποία ακούγεται σε τηλεοπτικές εκπομπές της CBS TV.

Το μέλλον για αυτούς που θα προχωρήσουν στις αναγκαίες διαρθρωτικές αλλαγές και θα αφουγκράζονται τις ανάγκες του κοινού δείχνει ευοίωνο.

Η παροχή αδείας για την χρήση και ενσωμάτωση μουσικής κάθε είδους ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ταινιών, τηλεοπτικών shows και υπηρεσιών ηλεκτρονικής εγγραφής, εξελίσσεται σε μία ισχυρή πηγή εσόδων. Οι δισκογραφικές προσδοκούν να αυξήσουν τα κέρδη τους στον ακμάζοντα τομέα της έκδοσης μουσικής, ο οποίος συλλέγει ποσά πνευματικών δικαιωμάτων μουσικών συνθέσεων από ραδιοφωνικές μεταδόσεις και άλλες πηγές. Η έκδοση μουσικής δηλαδή, θα γίνει ένα πολύ σημαντικό κομμάτι στον τομέα αυτό.

Δεκάδες χιλιάδες νέα κανάλια (τηλεόραση, online video και παιχνίδια) θα δημιουργηθούν μέσα στα επόμενα 2-3 χρόνια και φυσικά θα χρειαστούν μουσική που θα συνοδεύει το οπτικό θέαμα. Εκατομμύρια τραγούδια θα συγχρονιστούν σε βίντεο προκαλώντας πιθανή έκρηξη στη συγκεκριμένη αγορά. Τα έσοδα από αδειοδοτήσεις μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) δεν αποκλείεται να καταλήξουν να αποτελούν πάνω από το 50% του μελλοντικού εισοδήματος των δημιουργών. Η αναφορά στη μουσική θα συνεπάγεται εξ ορισμού την έννοια των πολυμέσων (μουσική, βίντεο, παιχνίδια, κείμενο κ.α.).

Το σε ποιο βαθμό η βιομηχανία δίσκων όπως την ξέραμε θα επιζήσει των αλλαγών και θα προσαρμοστεί στις εξελίξεις μένει να φανεί. Για την ώρα είναι σαφές ότι όσο η βιομηχανία δίσκων αδρανεί να λάβει τα αναγκαία μέτρα, το παιχνίδι θα περνά σταδιακά στα χέρια άλλων εταιριών που διαμορφώνουν ή αξιοποιούν τις τεχνολογίες εξελίξεις γνωρίζοντας παράλληλα να αφουγκράζονται τις ανάγκες του κοινού.

Αντώνης Πλέσσας

*Δεν είμαι ούτε ο "ιδιοκτήτης", ούτε ο μοναδικός δημιουργός των όσων διαβάσατε. Απλά έχω ασχοληθεί πολύ με το να μαθαίνω από πολλούς άλλους, συλλέγοντας, επεξεργάζοντας και αναμειγνύοντας ιδέες και σκέψεις από βιβλία, περιοδικά, σεμινάρια, συζητήσεις, ιστοσελίδες, RSS-feeds κ.α. Όλοι όσοι βρίσκονται πριν από εμένα και δίπλα από εμένα αξίζουν την αναγνώριση - εγώ απλώς κάνω τη μίξη.*