Mercado Brasileiro de Música
Brazilian Music Market

2003

MercadoBrasileirodeMúsica

2003

BrazilianMusicMarket

2004. ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

Any part of this report can be reproduced provided the source is indicated.

Este documento foi elaborado por uma equipe cujos nomes encontram-se relacionados na folha de créditos.

This document was prepared by a team and their names are listed in the acknowledgements.

Ficha Catalográfica

ABPD. Publicação Anual do Mercado Fonográfico ABPD 2003

Rio de Janeiro, 2004. 84 p.

TÍTULO

Catalogue Card

ABPD - Annual Publication of the Recording Market 2003

Rio de Janeiro, 2004. 84 p.

TITLE

ABPD
Associação Brasileira dos Produtores de Discos

Brazilian Asssociation of Record Producers

SEDE - HEADQUARTERS
Rua Marquês de São Vicente, 99 - 1° andar
Gávea 22451-041 Rio de Janeiro RJ Brasil
(55 21) 2512-9908
(55 21) 2259-4145
abpd@abpd.org.br
http://www.abpd.com.br

Apresentação

A Associação Brasileira dos Produtores de Discos - ABPD, que completou 45 anos em 2003, apresenta aqui seu relatório anual sobre o mercado fonográfico onde podem ser encontradas informações sobre o mercado mundial e brasileiro de música, perfis do consumidor, dados estatísticos, ações de combate à falsificação de CDs no país e os perfis de todas as companhias associadas.

Esse anuário, que está à disposição de associados e interessados em música, mostra um pouco do trabalho desenvolvido que tem por objetivo contribuir para o desenvolvimento do mercado fonográfico no país e seu melhor conhecimento pelo público e meios de comunicação.

Foreword

The Brazilian Association of Record Producers - ABPD, commemorated its 45 years of activities in 2003, and is glad to release its Annual Report music market, encompassing information on the global and Brazilian music markets, consumer profiles, statistical data, information on the fight against piracy and CD counterfeiting, and also the profile information on the ABPD member companies.

This yearbook is available to members and to those interested in music, and portrays some aspects of the activities ABPD is engaged in to foster the development of the Brazilian music market and the awareness of the public and mass media.

Sumário

Summary

Mercado Fonográfico Mundial Global Music Market	03
Mercado Fonográfico Brasileiro Brazilian Phonographic Market	15
Pesquisa de Mercado Market Research	25
Perfil do Consumidor Consumer Profile	35
Pirataria Mundial World Piracy	41
Pirataria no Brasil Piracy in Brazil	45
Institucional ABPD Corporative Information, ABPD	55
Associações Nacionais Filiadas à IFPI IFPI National Groups	57
Associadas ABPD Member Companies, ABPD	59
Certificados Emitidos ABPD Certification Awards, ABPD	75

Mercado Fonográfico Mundial

Global Music Market

Mercado Fonográfico Mundial

Segundo dados divulgados pela IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica), o mercado mundial de música no varejo indicou em 2003, pelo quarto ano consecutivo, queda nas vendas. No ano passado, registrou-se uma redução de 7,6% em valores (U$) e 6,5% em unidades vendidas. Esse resultado é atribuído aos efeitos combinados da pirataria digital e física e à concorrência proveniente de outros produtos para o entretenimento.

O mercado de música mundial movimentou 32 bilhões de dólares e, incluídos os vídeos musicais, o setor registrou 2.7 bilhões de unidades vendidas. A música em formatos de áudio teve uma queda de 9,9% em termos de valor e 7,4% em unidades. Por outro lado, houve um estimulante aumento de 46,6% em valores e 44,4% em unidades nas vendas de vídeos musicais.

A queda nas vendas afetou todos os mercados mais importantes, sendo os da Europa Ocidental os que mostraram quedas mais acentuadas, se comparadas com as de anos recentes. Em 2003 as vendas na Alemanha caíram 19% em unidade e, em termos de valores, a queda já é superior a 30% desde 1999.

Países como Dinamarca, França, Suécia, Bélgica, Grécia, Irlanda, Portugal e Suíça também experimentaram declínios de dois dígitos. Desde 2000, a indústria acumula perdas globais de 20% e a pirataria na Internet, particularmente nos países mais desenvolvidos, continua sendo um fator significativo na queda das vendas de música. Já nos mercados emergentes ou em desenvolvimento, a pirataria física de CDs musicais é fator predominante nas performances negativas de 2003.

Os Estados Unidos e o Reino Unido aparecem no primeiro e no terceiro lugar entre os dez maiores mercados musicais do mundo com 37% e 10% das vendas totais, respectivamente. A Alemanha registrou uma queda passando do quarto lugar, em termos de volume, para o quinto lugar no ranking mundial.

A América Latina foi o continente que apresentou a maior queda, registrando menos 14,4% e 10,3% em faturamento e unidades respectivamente. Pela primeira vez nenhum país latino-americano ficou entre os dez maiores mercados devido à pirataria física de CDs desenfreada nos últimos anos na região e à recessão econômica que afetou especialmente o Brasil. Vale ressaltar que, anteriormente, o Brasil chegou a ocupar a 6ª posição e o México a 10ª entre os principais mercados de música do mundo.

Dos dez mercados mais importantes, somente dois mostraram crescimento: Austrália, que cresceu 5,9% em termos de valor, e o Reino Unido com um crescimento, quase imperceptível, de 0,1%.

Global Music Market

According to information disclosed by the IFPI (the International Federation of the Phonographic Industry) on the 2003 global retail music market, sales fell by 7.6% in terms of value (US dollars) and by 6.5% in terms of units sold. This outcome is attributed to the combined effects of digital and physical piracy and competition from other entertainment products.

The global music market was worth $US32 billion with total unit sales (including music video) of 2.7 billion. Music on audio formats fell 9.9% in value and 7.4% in units. There was also an encouraging increase of 46.6% in value in music video sales and 44.4% in units.

The decline affected all major markets, with Western Europe showing particularly sharp falls compared to recent years. Sales in Germany were down 19% in 2003 and down by more than 30% in value since 1999.

Denmark, France, Sweden, Belgium, Greece, Ireland, Portugal and Switzerland also experienced double digit declines. Year on year, the industry has suffered global losses of 20% over the three years since 2000. Internet piracy remains a very significant factor in the decline in world music sales, especially in developed countries. On the other hand, in emerging economies or developing countries CD music piracy is a predominant factor in the negatives performances during 2003.

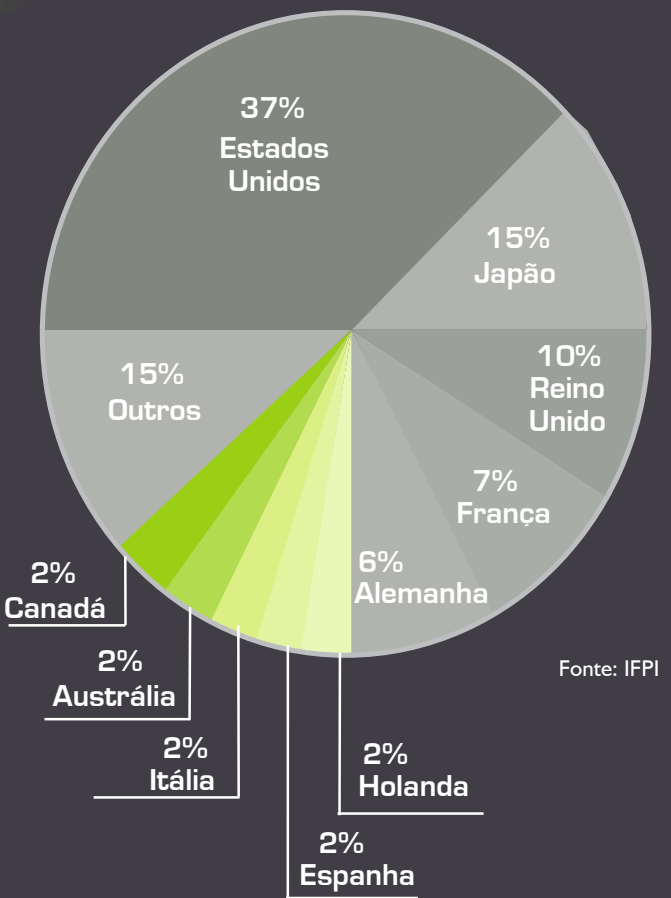
The United States and the United Kingdom are respectively the first and third largest music market worldwide, with 37% and 10% of total sales respectively. Germany has dropped from fourth largest market and now ranks fifth in the global music ranking.

Latin America was the region showing the most drastic fall, and invoicing was down 14.4% and 10.3% in terms of values and units respectively. For the first time there is no Latin American market among the top 10, with sales sharply hit by economic downturn and rampant CD piracy in recent years, affecting especially Brazil, which in the past was 6th in the world rank whilst Mexico was 10th among the largest music markets worldwide.

Of the world top ten markets, only two saw growth - Australia was up 5.9% in value with the UK up marginally by 0.1%.

Participação mundial dos 10 principais mercados

(Em US$)



Fonte: IFPI

Os 10 principais mercados do mundo

(Em US$)

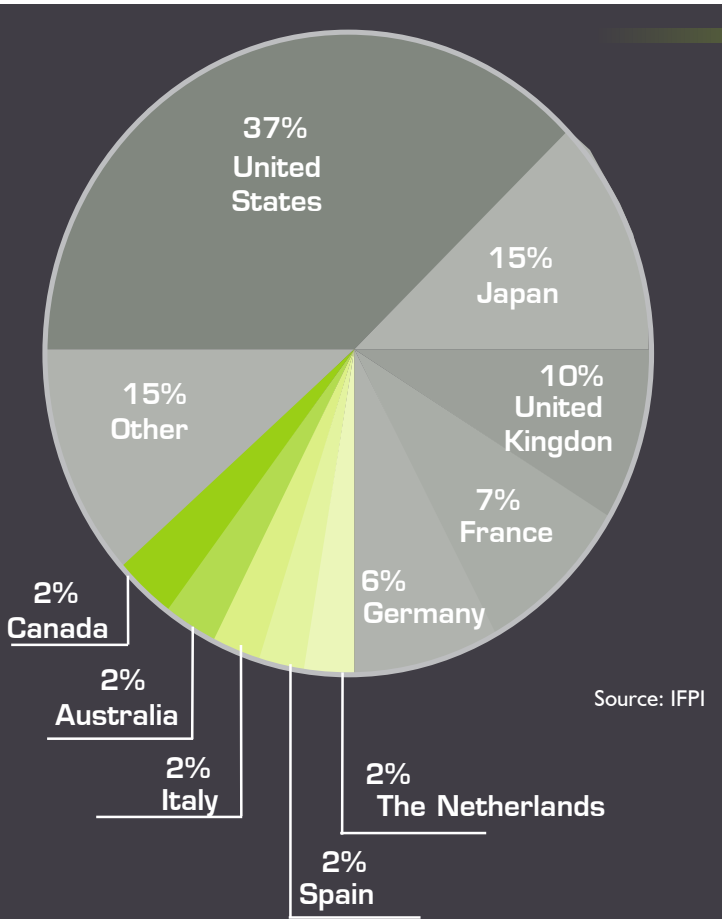
País	2002(US$)*	2003 (US$)*	Variação
Estados Unidos	12.609	11.848	(-6,0)
Japão	5.409	4.910	(-9,2)
Reino Unido	3.210	3.216	0,1
França	2.471	2.115	(-14,4)
Alemanha	2.496	2.022	(-19)
Canadá	696	676	(-2,9)
Austrália	636	674	5,9
Itália	674	645	(-4,4)
Espanha	658	596	(-9,4)
Holanda	526	499	(-5,1)
10 Principais Mercados	29.385	27.201	(-7,4)
Outros Mercados	5.248	4.811	(-8,3)
Vendas Mundias (total)	34.633	32.012	(-7,6)

* Nota: As cifras acima representam as vendas líquidas das companhias (faturamento menos devoluções) com adicional estimado relativamente ao mercado varejista.

Fonte: IFPI

The 10 Largest Markets

US$



Source: IFPI

The 10 largest markets

US$

Country	2002(US$)*	2003 (US$)*	Variation
United States	12.609	11.848	(-6,0)
Japan	5.409	4.910	(-9,2)
United Kingdom	3.210	3.216	0,1
France	2.471	2.115	(-14,4)
Germany	2.496	2.022	(-19)
Canada	696	676	(-2,9)
Australia	636	674	5,9
Italy	674	645	(-4,4)
Spain	658	596	(-9,4)
The Netherlands	526	499	(-5,1)
10 largest markets	29.385	27.201	(-7,4)
Other markets	5.248	4.811	(-8,3)
World sales (total)	34.633	32.012	(-7,6)

* Figures represent net sales (invoicing minus returns) with estimated surplus of the retail market.

Source: IFPI

Detalhes por região

América do Norte

O mercado norte americano apresentou uma recuperação no segundo semestre de 2003, principalmente no último trimestre, reduzindo a queda do setor para 6% no ano passado. As vendas de CDs tiveram uma recuperação com o lançamento de artistas como Outkast, Toby Keith, Hillary Duff, Ludacris, R.E.M, Alicia Keys e os finalistas do programa de TV Pop Idol: Clay Aiken e Ruben Studdard. Alguns títulos foram lançados com algum tipo de "valor agregado", material como faixas extras ou bônus DVD.

O mercado norte americano percebeu aumentos nas vendas de CDs físicos via Internet que passaram de 3,4% para 5% das unidades vendidas. A performance dos "Clube de Vendas" caiu 33% no mesmo período.

As vendas gerais dos Estados Unidos foram também impactadas positivamente pela venda de DVDs musicais, que cresceram 64% em unidades e 56% em valores.

O Canadá, sexto maior mercado do mundo, apresentou uma queda de 2,9% em valores, e de 4,2% em unidades.

Europa

No Reino Unido a venda de CDs foi mais expressiva no 4º trimestre do ano. Lançamentos importantes como: Christina Aguilera, Busted, The Darkness, Dido e Justin Timberlake e os pacotes de álbuns com bônus ajudaram nas vendas.

O varejo no Reino Unido continuou demonstrando uma boa performance e as vendas via Internet aumentaram de 5,5% para 6,6% do total das unidades vendidas de CDs. Entretanto as vendas de *singles* continuaram apresentando forte queda, diminuindo 31% em unidades se comparadas com o ano anterior. Vídeos musicais cresceram respondendo agora por 3,7% do mercado musical em valores, enquanto em 2002 representava 1,9%. As vendas de DVDs cresceram 95% em valores enquanto as vendas de VHS continuaram apresentando declínio.

No resto da Europa as vendas seguiram com tendência decrescente, e os maiores mercados da Europa Ocidental apresentaram fortes quedas. A Alemanha, muito afetada pela cópia ilegal de CDs e pela troca ilícita de arquivos na Internet, apresentou o pior desempenho da sua história, com uma queda de 19% - a sexta queda anual consecutiva.

Em 2003, a França alinhou-se à má performance de outros países europeus, apresentando uma queda de 14,4%.

O mercado de música europeu retornou em 2003 aos níveis de venda do ano 2000. A Escandinávia, apesar do forte repertório local, a Suécia e a Dinamarca apresentaram quedas abruptas de 14,7% e 12,5% respectivamente. Também apresentaram quedas de dois dígitos em termos de percentagem países como Bélgica, Grécia, Irlanda, Portugal e Suíça.

North America

The North-American market saw a sales increase in the second half, particularly in the fourth quarter, bringing the full year sales drop back to 6%. Best-selling CD album releases by artists including OutKast, Toby Keith, Hillary Duff, Ludacris, R.E.M., Alicia Keys and the finalists of the TV program Pop Idol: Clay Allen and Ruben Stoddard, drove the recovery. Some titles were released with some sort of " added value", i.e. bonus tracks or bonus DVD.

Online sales of physical CDs also continued an upward trend, with an increase in the US from 3.4% to 5% in volume. The performance of the "sales clubs" dropped 33% in the same period.

US sales were also healthily impacted by music DVD sales, which grew 64% in terms of units and 56% in values.

Canada, the world's sixth largest market was down 2.9% in value, 4.2% in units.

Europe

In the UK, CD sales were more expressive in the fourth quarter of the year. Important releases such as Christina Aguilera, busted, The Darkness, Dido and Justin Timberlake and bonus packages bolstered sales.

Retail sales in the United Kingdom continued to show good performances and Internet sales grew from 5.5% to 6.6% of the total number of physical CDs sold. On the other hand, there was a strong fall in singles sales of 31% in units when compared to last year sales. Sales of music videos grew, portraying 3.7% of the music market in terms of values, whilst in 2002 it represented 1.9%. DVD sales grew 95% in terms of values whilst VHS sales continued to show a downward trend.

Around the rest of Europe sales also continued a downward trend, with the major markets of Western Europe seeing very sharp falls. Germany, heavily affected by CD-R burning and illegal file-sharing, saw a 19% drop - the worst performance ever shown, as it as the sixth consecutive year sales have fallen.

France fell into line with other European countries in 2003, with a 14.4% drop.

The market has now fallen back to year 2000 levels following two years of growth driven largely by local repertoire. In Scandinavia, despite strong local repertoire, Sweden and Denmark saw steep declines of 14.7% and 12.5% respectively. Belgium, Greece, Ireland, Portugal and Switzerland also saw double-digit percentage declines.

Detalhes por região

Asia

Na Ásia as vendas caíram 7,5% em unidades e 9,8% em termos de valores. Pelo quinto ano consecutivo as vendas no Japão, o segundo mercado em termos de importância no mundo, apresentaram queda de 5,2% em unidades e de 9,2% em termos de valor em 2003.

Alguns mercados asiáticos, porém, apresentaram resultado positivo, como por exemplo, a Malásia e as Filipinas.

A China, apesar dos mais altos índices de pirataria do mundo, apresentou um crescimento no mercado oficial de CDs, pelo terceiro ano consecutivo. Os valores das vendas cresceram 21,7% impulsionados pela enorme população de jovens do país, com receitas crescentes e pelo desenvolvimento contínuo de seu mercado.

Australásia

A Australásia foi a única região a apresentar crescimento em 2003, em função de talentos locais, tais como Delta Goodrem, Powderfinger e Guy Sebastian, que geraram vendas significativas para a região no último ano. Além de um incremento de 100% no valor das aquisições de DVDs musicais - um pequeno mercado, mas que está apresentando fortes sinais de crescimento.

América Latina

A América Latina continuou a sofrer por causa da pirataria de CDs, além das difíceis condições econômicas regionais. As vendas caíram, pelo terceiro ano consecutivo, 14,4% em valores em 2003.

A indústria encolheu em toda a região, ocasionando o fechamento de pontos de venda e a redução em muitos mercados no que tange à emissão de prêmios de vendagens (Ouro, Platina, Diamante), fruto dos índices de vendas.

O México deixou de fazer parte do grupo dos dez maiores mercados mundiais, sofrendo uma queda de 16,2% em valores.

Música na Internet

A IFPI publicou seu primeiro relatório de música *on line*. Os principais indicadores do relatório foram:

- O catálogo de música legal *on line* distribuída de forma legítima em 2003 foi de aproximadamente 500 mil músicas nos Estados Unidos e 275 mil na Europa.
- O serviço de música *on line* legal Rapsody no primeiro trimestre de 2004 oferecia um total de 575 mil músicas nos EUA, enquanto o serviço europeu OD2 oferecia mais de 300 mil.
- As vendas por *downloads* totalizaram mais de 30 milhões de dólares em 2003 nos EUA. Enquanto isso, outros serviços *on line*, fora dos EUA, foram desenvolvidos, entre eles, os serviços *Puretracks*, no Canadá, e OD2, na Europa, anunciaram ter alcançado a marca de 1 milhão de downloads durante o 1° trimestre de 2004.
- Em 2003 meio milhão de pessoas usaram serviços legalizados de música *on line* na Europa - esse número cresceu para 650 mil usuários no 1° trimestre de 2004.

Existem mais de 50 sites de música *on line* oferecendo músicas legalmente licenciadas na Europa e mais de 90 no mundo inteiro. Muitos destes estão listado no site www.pro-music.org

Breakdown by region

Asia

Across Asia sales were down by 7.5% in units and 9.8% in value. This trend was led by a fifth consecutive year of shrinking sales in Japan, the world's second largest market, which fell by 5.2% in units, 9.2% in value.

Some Asian markets did show positive growth. For example, Malaysia and the Philippines saw increases in sales.

China, despite its rocketing piracy level showed a third consecutive year of growth in terms of legitimate CD sales. Sales value was up by 21.7% fuelled by the country's large young population with increased disposable income and continued market development.

Australasia

Australasia was the only region to show growth in 2003, with local stars such as Delta Goodrem, Powderfinger and Guy Sebastian generating significant sales, along with a 100% increase in the value of DVD music video purchases - a small market but one that is showing robust signs of growth.

América Latina

Latin America continued to suffer from CD piracy as well as difficult economic conditions. Sales are down across the region for the third year in a row with a drop of 14.4% in value in 2003.

The industry has shrunk, causing labels to downsize, retail stores to close and the reduction of certification awards (Gold, Silver, Diamond) in many markets to reflect fewer sales.

Mexico dropped out of the world's top ten rankings, suffering a 16.2% decline in value.

Music on the Internet

The IFPI published its first on line music report. The main indicators in the report were:

- The legitimate on line music catalogue for distribution in 2003 comprised 500 thousand songs approximately in the United States and 275,000 in Europe.
- The on line music service Rhapsody, offered 575,000 songs during the first quarter of 2004 in the United States, whilst the European service OD23, disclosed that they had one million downloads during the first quarter of 2004.
- Sales for downloads represented more than 30 million dollar in 2003 in United States. While, other services on line, out of United States, had been developed, between them, the Puretracks services, in Canada, and OD2, in the Europe, had announced to have reached the mark of 1 million of downloads during the first quarter of 2004.
- 500,000 persons used legitimate on line music services in 2003 in Europe - that figure grew to 650,000 users in the first quarter of 2004.

There are more than 50 music sites in the Internet. They offer legitimate & licensed material in Europe. There are 90 music sites worldwide. Many of them are listed on www.pro-music.org

Mercado de DVDs musicais

O mercado mundial registrou em 2003 um aumento de 47%, em valor, nas vendas de DVDs musicais

As vendas de vídeos musicais, conforme relatórios da IFPI dos três últimos anos, continuaram crescendo, contribuindo para amenizar a queda nas vendas de CDs. As vendas totais de vídeos musicais em 2003 alcançaram 2 bilhões de dólares, sendo que o valor correspondente a vídeos musicais em DVD chegou a 1.8 bilhão de dólares. Estimulada pela popularidade do DVD, a porção de mercado correspondente ao vídeo musical vem duplicando as vendas nos últimos três anos, representando hoje 6,3% do total. As vendas de DVDs musicais representam uma pequena, porém crescente fração do mercado geral de DVDs, 7,1% acima quando comparado com 6,3% em 2002.

Nos dez mercados mais importantes em termos de DVD musical, que inclui o Brasil na 9ª posição, o crescimento das vendas varia de 39% no Japão (o maior mercado de DVD do mundo) para 294% na Itália (o n° 10). E países como Alemanha, França, Holanda, Austrália, Canadá e o Reino Unido, experimentaram um crescimento superior a 100%.

No mundo, os DVDs musicais mais vendidos em 2003 pelas maiores companhias foram:

- Coldplay, Live 2003 (EMI)
- U2, Go Home/Live From Slane Castle (Universal)
- Michael Jackson, Number Ones (Sony)
- Avril Lavigne, My World (BMG)
- Led Zeppelin, Led Zeppelin (Warner)

País	2003(US$)* Milhões	Variação % 2002/2003	Participação de Mercado %	
			Local	Global
Japão	521,6	39	11	28
Estados Unidos	369,6	56	3	20
Alemanha	157,6	101	8	8
França	156,9	98	7	8
Reino Unido	119,7	95	4	6
Holanda	95,5	104	19	5
Austrália	74,7	106	11	4
Canadá	62,6	131	9	3
Brasil	44,8	45	15	2
Itália	31,5	294	5	2

* Nota: As cifras acima representam as vendas líquidas das companhias (faturamento menos devoluções) com adicional estimado relativamente ao mercado varejista.

Fonte: IFPI

The global market saw an increase of 47% in terms of music DVDs in 2003

Music video sales, reported for the third year by IFPI, continued to rise, helping offset sales drops in audio formats. Overall music video sales in 2003 were worth US$2 billion, with DVD music video valued at US$1.8 billion. Spurred by DVD's popularity, the music video share of overall music sales has doubled over three years, now representing 6.3% of the total. DVD music sales represent a small though growing fraction of the overall DVD market - 7.1% up from 6.3% in 2002.

In the top ten markets for DVD, including Brazil as 9th in the ranking, growth increases ranged from 39% in Japan (the world's biggest DVD market) to 294% in Italy (No.10) with Germany, France, Netherlands, Australia, Canada and UK all seeing around or over 100% growth.

The top selling DVD music videos from the major companies in 2003 were:

- Coldplay, Live 2003 (EMI)
- U2, Go Home/Live From Slane Castle (Universal)
- Michael Jackson, Number Ones (Sony)
- Avril Lavigne, My World (BMG)
- Led Zeppelin, Led Zeppelin (Warner)

Country	2003(US$)* million	Variation % 2002/2003	% of the market	
			Local	Global
Japan	521,6	39	11	28
United States	369,6	56	3	20
Germany	157,6	101	8	8
France	156,9	98	7	8
United Kingdom	119,7	95	4	6
The Netherlands	95,5	104	19	5
Australia	74,7	106	11	4
Canada	62,6	131	9	3
Brazil	44,8	45	15	2
Italy	31,5	294	5	2

* The values above correspond to net sales of the companies (invoicing minus returns) with the estimated surplus of the retail market

Source: IFPI

Mercado Fonográfico Brasileiro

Brazilian Phonographic Market

Mercado Fonográfico Brasileiro

Em 2003, as vendas de música no Brasil caíram 17%, em valores, e a retração acumulada do setor no país, desde 1997, já passa de 50% em valores nominais. A queda nas vendas é atribuída aos efeitos da pirataria física, principal problema do setor hoje no Brasil, que já representa cerca de 52% do mercado, combinada com a recessão econômica e a troca ilegal de arquivos musicais pela Internet.

O mercado brasileiro de música movimentou em 2003 cerca de R$ 601 milhões, valores totais reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à Associação Brasileira dos Produtores de Discos - ABPD. Já em unidades vendidas, a redução foi de 25% com relação a 2002, com um total de 56 milhões de unidades. As estatísticas acima compreendem os números de vendas de CDs, DVDs e VHSs musicais, além de produtos "*premium*" de comercialização não tradicional. Este desempenho recolocou o mercado brasileiro de música nos mesmos patamares de unidades anuais vendidas em 1994, o que representou um lamentável retrocesso para o mercado nacional.

ANO	Vendas Totais (R$)	Unidades Totais
1999	814 milhões	88 milhões
2000	890 milhões	94 milhões
2001	677 milhões	72 milhões
2002	726 milhões	74 milhões
2003	601 milhões	56 milhões
Variação (2002/2003)	(-17%)	(-25%)

Fonte: ABPD (valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD)

Esse resultado negativo no mercado brasileiro pode ser atribuído a alguns fatores, entre eles:

- a continuidade do quadro de pirataria de CDs
- o descontrole e a falta de fiscalização sobre o comércio informal no país
- a ausência de uma política pública sistemática de combate à pirataria
- um quadro econômico nacional desfavorável
- a concorrência com outros meios de entretenimento e mudanças nos hábitos de consumo

Todos esses fatores combinados afetam diretamente as vendas dos artistas nacionais, que representam 76% dos produtos vendidos no Brasil, e impedem o mercado de retomar o crescimento.

The Brazilian Music Market

In 2003, music sales fell 17% in Brazil, in terms of values, and the accumulated retraction of the segment, since 1997, has already surpassed 50% in nominal value. The drop in sales is the effect of physical piracy, portraying the main problem for the industry in Brazil. As piracy accounts for approximately 52% of the market, together with economic slowdown and unauthorized music file-sharing through the Internet.

The Brazilian music market turnover was approximately R$ 601 million in 2003, according to figures reported to the Brazilian Association of Record producers - ABPD by the major companies in Brazil. However, units sold dropped 25% when compared to 2002 figures, with 56 million units sold in 2003. The figures above include CD, DVD and VHS sales, in addition to "premium" products. The performance of the Brazilian music market during 2003 was similar to that of 1994, in terms of units, that is, it shows a serious backward step for the local market.

YEAR	Total Sales (R$)	Total Units
1999	814 m	88 m
2000	890 m	94 m
2001	677 m	72 m
2002	726 m	74 m
2003	601 m	56 m
Variation (2002/2003)	(-17%)	(-25%)

Source: ABPD (According to data provided to the ABPD by the major companies established in the country)

This negative outcome for the Brazilian music market is the result of some factors, i.e.

- ongoing CD piracy
- lack of controls and surveillance vis-à-vis the underground market in Brazil
- the absence of a systematic public policy to stamp out piracy
- adverse economic conditions
- competition with other leisure means and changes in the consumption habits

All these factors, when combined, affect sales of performances by local acts, that represent 76% of total Brazilian sales, and hampering growth in the local music market.

CD

Quando falamos somente do segmento de CDs musicais a performance do mercado em 2003 apresentou uma queda de 22,7% em valores e de 27,7% em unidades líquidas vendidas. Desse total 77% foram vendas de produtos nacionais e 23% de internacionais.

ANO	Vendas Totais (R$)	Unidades Totais
1999	809 milhões	87 milhões
2000	878 milhões	93 milhões
2001	639 milhões	70 milhões
2002	661 milhões	72 milhões
2003	511 milhões	52 milhões

Fonte: ABPD (valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD)

ANO	Nº de Títulos Lançados	
	Nacional	Internacional
1999	1.032	820
2000	1.494	1007
2001	1.268	960
2002	1.312	1.223
2003	1.003	1.928
Variação (02/03)	(-24%)	58%

Fonte: ABPD

Vendas de CDs por Repertório - 2003 (unidades)

DVD

Quanto aos DVDs musicais, o mercado segue a tendência mundial de crescimento do setor, apresentando em 2003 uma variação positiva de 37,2% em valores e de 21,4% em unidades. Desse resultado, 42% é representado por produtos nacionais e 58% por internacionais.

Segundo a IFPI - Federação Internacional da Indústria Fonográfica, o Brasil é o 9º colocado no ranking mundial de vendas de DVDs, com 2% de participação do total vendido no mundo.

ANO	Vendas Totais (R$)	Unidades Totais (milhões
1999	5 milhões	0,3
2000	13 milhões	0,5
2001	38 milhões	1,6
2002	65 milhões	2,9
2003	90 milhões	3,5

Fonte: ABPD
(valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD - inclui VHS)

ANO	Nº de Títulos Lançados	
	Nacional	Internacional
1999	12	20
2000	30	37
2001	78	143
2002	160	191
2003	77	243
Variação (02/03)	(-52%)	27%

Fonte: ABPD (inclui VHS)

Vendas de DVDs por Repertório - 2003 (unidades)

CD

When we refer to music CD specifically, the figures for 2003 portrayed a drop of 22.7% in terms of value and 27.7% in net unit sales, corresponding 77% to local products and 23% to sales of international repertoire.

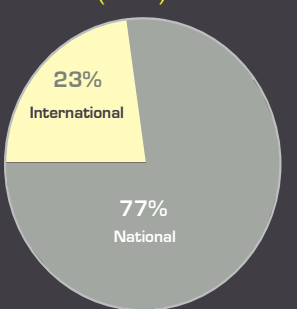
ANO	Total Sales (R$)	Total nº of units
1999	809 m	87 m
2000	878 m	93 m
2001	639 m	70 m
2002	661 m	72 m
2003	511 m	52 m

Source: ABPD (According to data provided to the ABPD by the major companies in the country)

YEAR	Nº of releases	
	National	International
1999	1.032	820
2000	1.494	1007
2001	1.268	960
2002	1.312	1.223
2003	1.003	1.928
Variation (02/03)	(-24%)	58%

Source: ABPD

CD sales by Repertoire - 2003 (Units)



DVD

The Brazilian market is accompanying the global growth trend of the segment, with a positive variation of 37.2% in terms of values and 21.4% in units sold in 2003. In this regard, 42% correspond to local products and 58% to international products.

According to the IFPI - the International Federation of the Phonographic Industry, Brazil is the 9th market in the world ranking in terms of DVD sales, representing 2% of global sales.

YEAR	Total Sales (R$)	Total Units (Millions)
1999	5 m	0,3
2000	13 m	0,5
2001	38 m	1,6
2002	65 m	2,9
2003	90 m	3,5

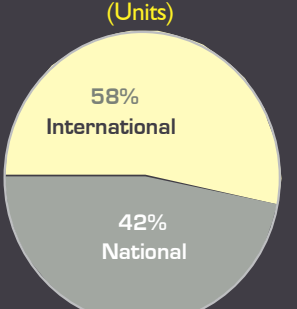
Source: ABPD

According to data provided to the ABPD by the major companies established in the country, including VHS

YEAR	Nº of releases	
	National	International
1999	12	20
2000	30	37
2001	78	143
2002	160	191
2003	77	243
Variation (02/03)	(-52%)	27%

Source: ABPD (VHS included)

DVD sales by repertoire - 2003 (Units)



Vendas Totais por Repertório (áudio + vídeo)

Apesar da notável e contínua vocação do mercado brasileiro para a produção e consumo de sua música nacional (76% das vendas totais em unidades, áudio+vídeo+"*premium*", em 2003 são representadas por produções brasileiras), houve redução de 27% no número de títulos nacionais lançados (1.080 lançamentos em 2003, comparados a 1.472 em 2002), e um significativo aumento de 54% na quantidade de títulos internacionais publicados (2.171 em 2003, comparados a 1.414 em 2002). Este dado já é reflexo da retração do mercado nacional demonstrando mais cautela nos investimentos em produtos brasileiros, que requerem significativamente mais custos que os internacionais para serem lançados no mercado interno.

ANO	Nº de Títulos Lançados*	
	Nacional	Internacional
1999	1.044	840
2000	1.524	1.044
2001	1.346	1.103
2002	1.472	1.414
2003	1.080	2.171
Variação(02/03)	(-27%)	54%

* Áudio + Vídeo + "*Premium*"

Fonte: ABPD

Vendas Totais por Repertório - 2003 (unidades)

Fonte: ABPD

20 obras mais executadas nas rádios 2003*

	TÍTULO DA OBRA	REFERÊNCIA AUTORAL	INTÉRPRETE	GRAVADORA
1º	VELHA INFANCIA	Arnaldo Antunes / Carlinhos Brown / Marisa Monte	Tribalistas	Monte Criação/ EMI
2º	TE AMO DEMAIS	Cesar Lemos / Karla Aponte	Leonardo	BMG Brasil
3º	JÁ SEI NAMORAR	Arnaldo Antune / Carlinhos Brown / Marisa Monte	Tribalistas	Monte Criação/ EMI
4º	RAGATANGA	Rick Bonadio / Francisco Emanuel Ruiz	Rouge	Sony Music
5º	MAIS UMA VEZ	Flávio Venturini / Renato Russo	Renato Russo	EMI Music
6º	QUE NEM MARÉ	Jorge Vercillo	Jorge Vercillo	EMI Music
7º	SÓ HOJE	Fernanda Mello / Marcio Buzelin / Marcos Tulio / Paulinho Fonseca	Jota Quest	Sony Music
8º	SUFOCADO	Cesar Augusto / Elcio Barreti	Zezé Di Camargo e Luciano	Sony Music
9º	TUA SOMBRA EM MEU CAMINHO	Antonio Luiz / Cesar Augusto	Leonardo	BMG Brasil
10º	A FERRO E FOGO	Waleria Leão / Waleriano Leão / Alessandro Ortiz	Zezé Di Camargo / Luciano	Sony Music
11º	CORAÇÃO RADIANTE	Mauro Macedo Junior / Xande Pilares / Helinho do Salgueiro	Revelação	Deck Disc
12º	PRECISO DE UM TEMPO	Zezé Di Camargo	Zezé Di Camargo e Luciano	Sony Music
13º	EU SEI QUE TE PERDI (SEXED UP)	Cesar Augusto / Robbie Williams	Leonardo	BMG Brasil
14º	ONDE ESTÁ MEU AMOR	Paulo Ricardo / Marcelo Barbosa / Luiz Schiavon	RPM	Universal Music
15º	CAVIAR	Luiz Grande / Marcos Diniz	Zeca Pagodinho	Universal Music
16º	CARLA	Marcus Menna	LS Jack	Indie Records
17º	NADA SEI	George Israel / Paula Toller	Kid Abelha	Universal Music
18º	CACHORRINHO	Kelly Key	Kelly Key	Warner Music
19º	UM HOMEM APAIXONADO	Lucimar Pereira dos Santos	Daniel	Warner Music
20º	I'M WITH YOU	Avril Lavine / Scott Spock / Lauren Fownes	Avril Lavine	BMG Brasil

Fonte: Ecad

* Vale ressaltar que em 2003 das 20 obras mais executadas, 19 são nacionais.

Total Sales by Repertoire (audio+video)

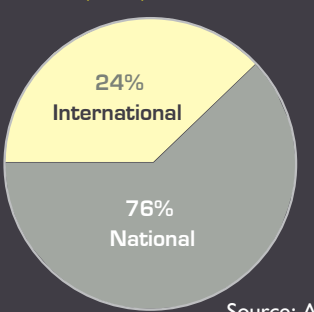
Notwithstanding the outstanding and continuous vocation of the Brazilian market for the production and consumption of its own local music (76% of total sales in 2003 in terms of units are of local production, encompassing here audio+video+ "premium"), there was a drop of 27% in the number of local releases (1080 releases in 2003, compared to 1472 in 2002). This figure shows the retraction in the local market, with more cautious investment in local releases, as the latter means higher costs when compared to international products released in the local market.

YEAR	N° of releases*	
	National	International
1999	1.044	840
2000	1.524	1.044
2001	1.346	1.103
2002	1.472	1.414
2003	1.080	2.171
Variation (02/03)	(-27%)	54%

* Áudio + Vídeo + "Premmium"

Source: ABPD

Total sales by Repertoire - 2003 (Units)



Source: ABPD

The top 20 songs in Brazilian radios in 2003*

	NAME OF WORK	COPYRIGHT INFORMATION	PERFORMER	RECORDING COMPANY
1°	VELHA INFANCIA	Arnaldo Antunes / Carlinhos Brown / Marisa Monte	Tribalistas	Monte Criação/ EMI
2°	TE AMO DEMAIS	Cesar Lemos / Karla Aponte	Leonardo	BMG Brasil
3°	JÁ SEI NAMORAR	Arnaldo Antune / Carlinhos Brown / Marisa Monte	Tribalistas	Monte Criação/ EMI
4°	RAGATANGA	Rick Bonadio / Francisco Emanuel Ruiz	Rouge	Sony Music
5°	MAIS UMA VEZ	Flávio Venturini / Renato Russo	Renato Russo	EMI Music
6°	QUE NEM MARÉ	Jorge Vercillo	Jorge Vercillo	EMI Music
7°	SÓ HOJE	Fernanda Mello / Marcio Buzelin / Marcos Tulio / Paulinho Fonseca	Jota Quest	Sony Music
8°	SUFOCADO	Cesar Augusto / Elcio Barreti	Zezé Di Camargo e Luciano	Sony Music
9°	TUA SOMBRA EM MEU CAMINHO	Antonio Luiz / Cesar Augusto	Leonardo	BMG Brasil
10°	A FERRO E FOGO	Waleria Leão / Waleriano Leão / Alessandro Ortiz	Zezé Di Camargo / Luciano	Sony Music
11°	CORAÇÃO RADIANTE	Mauro Macedo Junior / Xande Pilares / Helinho do Salgueiro	Revelação	Deck Disc
12°	PRECISO DE UM TEMPO	Zezé Di Camargo	Zezé Di Camargo e Luciano	Sony Music
13°	EU SEI QUE TE PERDI (SEXED UP)	Cesar Augusto / Robbie Williams	Leonardo	BMG Brasil
14°	ONDE ESTÁ MEU AMOR	Paulo Ricardo / Marcelo Barbosa / Luiz Schiavon	RPM	Universal Music
15°	CAVIAR	Luiz Grande / Marcos Diniz	Zeca Pagodinho	Universal Music
16°	CARLA	Marcus Menna	LS Jack	Indie Records
17°	NADA SEI	George Israel / Paula Toller	Kid Abelha	Universal Music
18°	CACHORRINHO	Kelly Key	Kelly Key	Warner Music
19°	UM HOMEM APAIXONADO	Lucimar Pereira dos Santos	Daniel	Warner Music
20°	I'M WITH YOU	Avril Lavine / Scott Spock / Lauren Fownes	Avril Lavine	BMG Brasil

Source: Ecad

* In 2003, out of the 20 most songs aired, 19 were Brazilian.

20 CDs mais vendidos - 2003

Artista	Álbum	Gravadora
Vários	Mulheres Apaixonadas	Som Livre
Roberto Carlos	Pra Sempre	Sony Music
Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 4	Som Livre
Zeze di Camargo & Luciano	Zezé Di Camargo & Luciano 2003	Sony Music
Maria Rita	Maria Rita	Warner Music
Vários	Celebridades	Som Livre
Bruno e Marrone	Inevitável	BMG Brasil
Vários	Malhação	Som Livre
Charlie Brown Jr.	Acústico MTV	EMI Music
Jota Quest	MTV Ao Vivo	Sony Music
Leonardo	Brincadeira Tem Hora	BMG Brasil
Tribalistas	Tribalistas	EMI Music
Zeca Pagodinho	Ao Vivo - MTV	Universal Music
Vários	Malhação Internacional	Som Livre
Kid Abelha	Acústico MTV	Universal Music
Br'oz	Br'oz	Sony Music
Rouge	C est La Vie	Sony Music
Renato Russo	Presente	EMI Music
Bruno & Marrone	Sonhos, Planos, Fantasias	BMG Brasil
Vários	Mulheres Apaixonadas Vol.2	Som Livre

Fonte: ABPD

20 DVDs mais vendidos - 2003

Artista	Álbum	Gravadora
The Beatles	Beatles Anthology	EMI Music
Maria Rita	Maria Rita	Warner Music
Charlie Brown Jr.	Acústico MTV	Sony Music
Kid Abelha	Acústico MTV	Universal Music
Led Zeppelin	Led Zeppelin	Warner Music
Zeca Pagodinho	MTV ao Vivo	Universal Music
Jota Quest	MTV ao Vivo	Sony Music
Zeze di Camargo & Luciano	Zezé Di Camargo & Luciano 2003	Sony Music
Avril Lavigne	My World	BMG Brasil
Tribalistas	Tribalistas	EMI Music
Rod Stewart	It Had to Be You	BMG Brasil
Daniel	Ao Vivo - 2ª Edição	Warner Music
U-2	Elevation 2001	Universal Music
Jorge Aragão	Ao Vivo Convida	Universal Music
U-2	Go Home - Live From Slame CA	Universal Music
Phil Collins	Serious Hits Live	Warner Music
Roberto Carlos	Acústico	Sony Music
Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 4	Som Livre
Diversos	Um Barzinho, Um Violão	Universal Music
Daniel	20 anos de Carreira - Ao Vivo	Warner Music

Fonte: ABPD

Top 20 Best Selling CD Albums in 2003

Performer	Album Recording	Company
Several artists & groups	Mulheres Apaixonadas	Som Livre
Roberto Carlos	Pra Sempre	Sony Music
Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 4	Som Livre
Zeze di Camargo & Luciano	Zezé Di Camargo & Luciano 2003	Sony Music
Maria Rita	Maria Rita	Warner Music
Vários	Celebridades	Som Livre
Bruno e Marrone	Inevitável	BMG Brasil
Vários	Malhação	Som Livre
Charlie Brown Jr.	Acústico MTV	EMI Music
Jota Quest	MTV Ao Vivo	Sony Music
Leonardo	Brincadeira Tem Hora	BMG Brasil
Tribalistas	Tribalistas	EMI Music
Zeca Pagodinho	Ao Vivo - MTV	Universal Music
Vários	Malhação Internacional	Som Livre
Kid Abelha	Acústico MTV	Universal Music
Br'oz	Br'oz	Sony Music
Rouge	C est La Vie	Sony Music
Renato Russo	Presente	EMI Music
Bruno & Marrone	Sonhos, Planos, Fantasias	BMG Brasil
Vários	Mulheres Apaixonadas Vol.2	Som Livre

Source: ABPD

Top 20 Best Selling DVD albums in 2003

Performer	Album Recording	Company
The Beatles	Beatles Anthology	EMI Music
Maria Rita	Maria Rita	Warner Music
Charlie Brown Jr.	Acústico MTV	Sony Music
Kid Abelha	Acústico MTV	Universal Music
Led Zeppelin	Led Zeppelin	Warner Music
Zeca Pagodinho	MTV ao Vivo	Universal Music
Jota Quest	MTV ao Vivo	Sony Music
Zeze di Camargo & Luciano	Zezé Di Camargo & Luciano 2003	Sony Music
Avril Lavigne	My World	BMG Brasil
Tribalistas	Tribalistas	EMI Music
Rod Stewart	It Had to Be You	BMG Brasil
Daniel	Ao Vivo - 2ª Edição	Warner Music
U-2	Elevation 2001	Universal Music
Jorge Aragão	Ao Vivo Convida	Universal Music
U-2	Go Home - Live From Slame CA	Universal Music
Phil Collins	Serious Hits Live	Warner Music
Roberto Carlos	Acústico	Sony Music
Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 4	Som Livre
Several artists & groups	Um Barzinho, Um Violão	Universal Music
Daniel	20 anos de Carreira - Ao Vivo	Warner Music

Source: ABPD

Pesquisa de Mercado

Market Research

Pesquisa de Mercado

Anualmente, desde 2001, é encomendada pela ABPD ao Instituto Franceschini de Análises de Mercado uma pesquisa sobre o setor fonográfico no Brasil.

Essa pesquisa ouviu mais de 1.200 consumidores de música nas dez mais importantes cidades do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, Brasília, Fortaleza, Recife e Ribeirão Preto. Essas regiões, juntas, representam aproximadamente 73% do mercado consumidor no Brasil. A margem de erro máxima da pesquisa é de 3%.

No comparativo com as pesquisas dos anos anteriores constatou-se que, desde 2001, a quantidade total de compradores de CDs cresceu, porém o número dos que compram apenas CDs originais diminuiu.

Do total de 11,2 milhões de consumidores em 2003:

- 6,3 milhões (56%) compraram apenas CDs originais
- 4,9 milhões (44%) compraram apenas CDs piratas ou CDs originais e piratas.

Nos últimos três anos a base de compradores de CDs piratas (e/ou CDs piratas e originais) cresceu em 1,5 milhão, enquanto a base de compradores de CDs originais diminuiu em 0,5 milhão.

O último levantamento indicou que 38,4% da população, acima de 12 anos, comprou CDs em 2003.

Este mercado se encontra basicamente dividido por regiões da seguinte forma:

Sudeste - 5.7 milhões de consumidores

Nordeste - 3.3 milhões de consumidores

Sul - 1.5 milhão de consumidores

Distrito Federal - 0.7 milhão de consumidores

Year after year and since 2001, the ABPD appoints the Research Institute Franceschini to carry out a survey on the music segment in Brazil.

The research interviewed more than 1,200 music consumers in the 10 most important cities of Brazil, i.e.: Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, Brasilia, Fortaleza, Recife and Ribeirão Preto. These regions, altogether, represent approximately 73% consumers in Brazil. The top margin of error for this survey was 3%.

When compared to the results of surveys carried out in the preceding years, since 2001 there was an increase in the total number of CD buyers; however, the number of persons buying legitimate CDs declined.

From 11.2 million consumers in 2003

- 6.3 million (56%) bought only legitimate CDs;
- 4.9 million (44%) on-line bought pirate CDs, or pirate or legitimates CDs.

In the past three years the number of pirate CD buyers (or of pirate and original CD buyers) grew 1.5 million, whilst there was a decrease 0.5 million buyers of original CDs.

The last survey showed that 38.4% of the population of 12 years or more of age bought CDs in 2003.

This market is basically spread in the following regions:

Southeast - 5.7 million consumers

Northeast - 3.3 million consumers

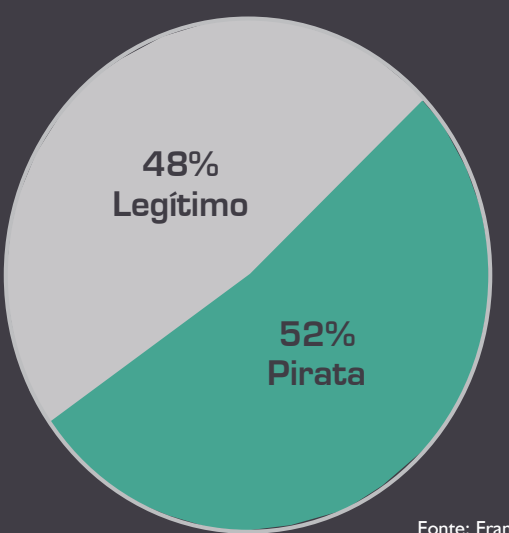
South -1.5 million consumers

Federal District - 0.5 million consumers

Estimativas de Mercado

O estudo do último ano apresentou mudança na metodologia do cálculo do mercado de produtos piratas. Foram excluídos da base de cálculo os CDs copiados residencialmente (27 milhões em 2002 e 29 milhões em 2003) e adicionados os produtos feitos de forma artesanal e comercializados, assim como os serviços de gravação de CDs feitos por prestadores de serviço.

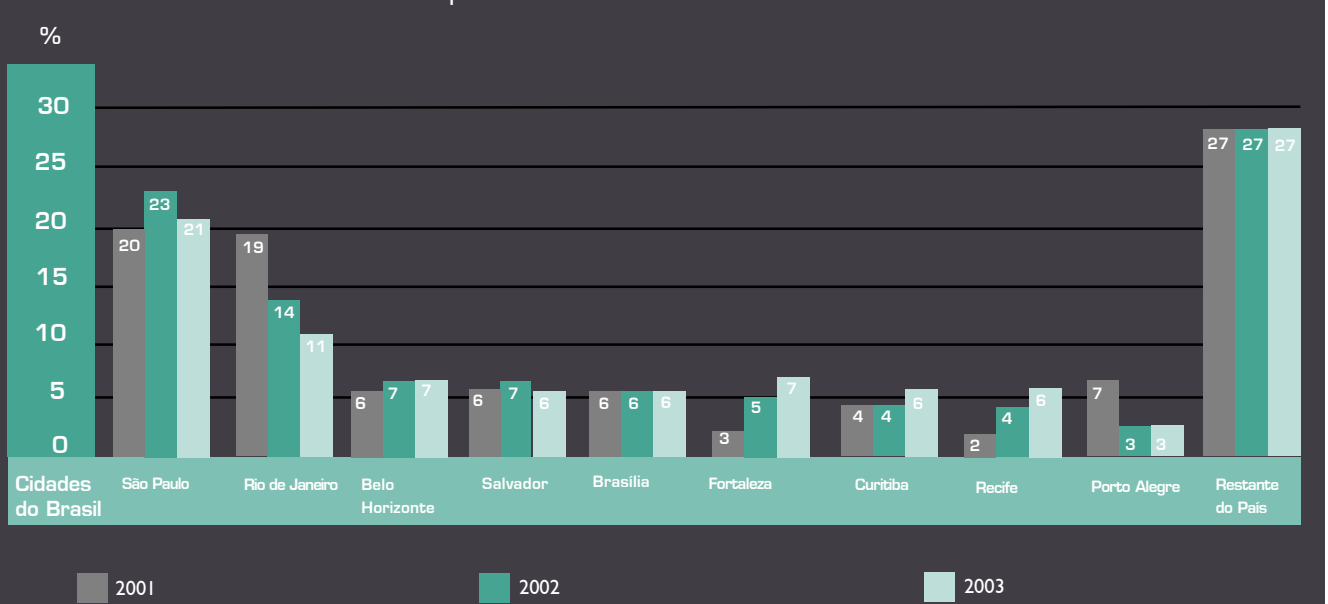
Desta forma a pesquisa apontou uma participação de 52% de CDs piratas no total de produtos vendidos no Brasil.



Fonte: Franceschini

Vendas por Região

Segundo o Instituto Franceschini de Análise de Mercado, a participação das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo na compra de CDs originais diminuiu nos últimos três anos, passando de um total de 39% em 2001 para 32% em 2003.

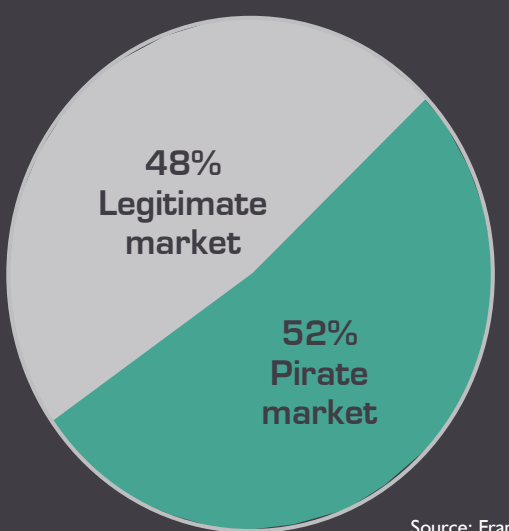


Fonte: Franceschini

Market Estimates

The survey carried out last year introduced some changes in the methodology for calculating the pirate market. CD burned in households were excluded from the calculations (some 27 million in 2002 and 29 million units in 2003). Instead, craft products sold in the market were included in the survey, as well as CD burning carried out by service providers.

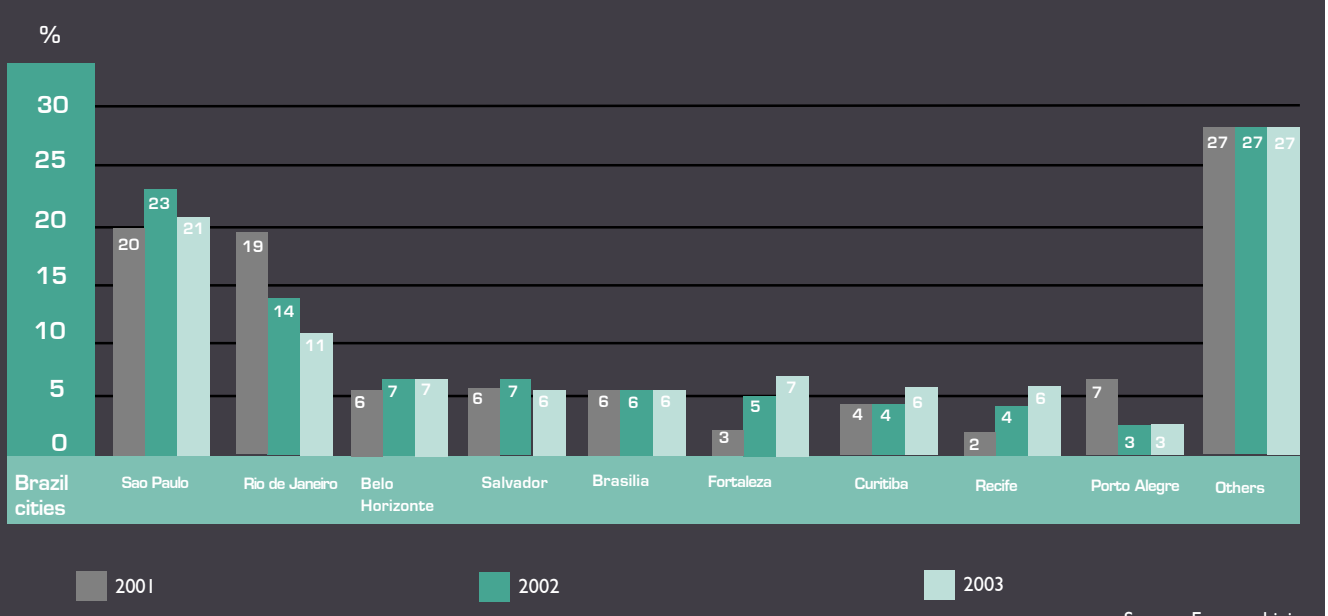
The research, therefore, showed that piracy represents 52% of CDs sold in the country.



Source: Franceschini

Sales by Region

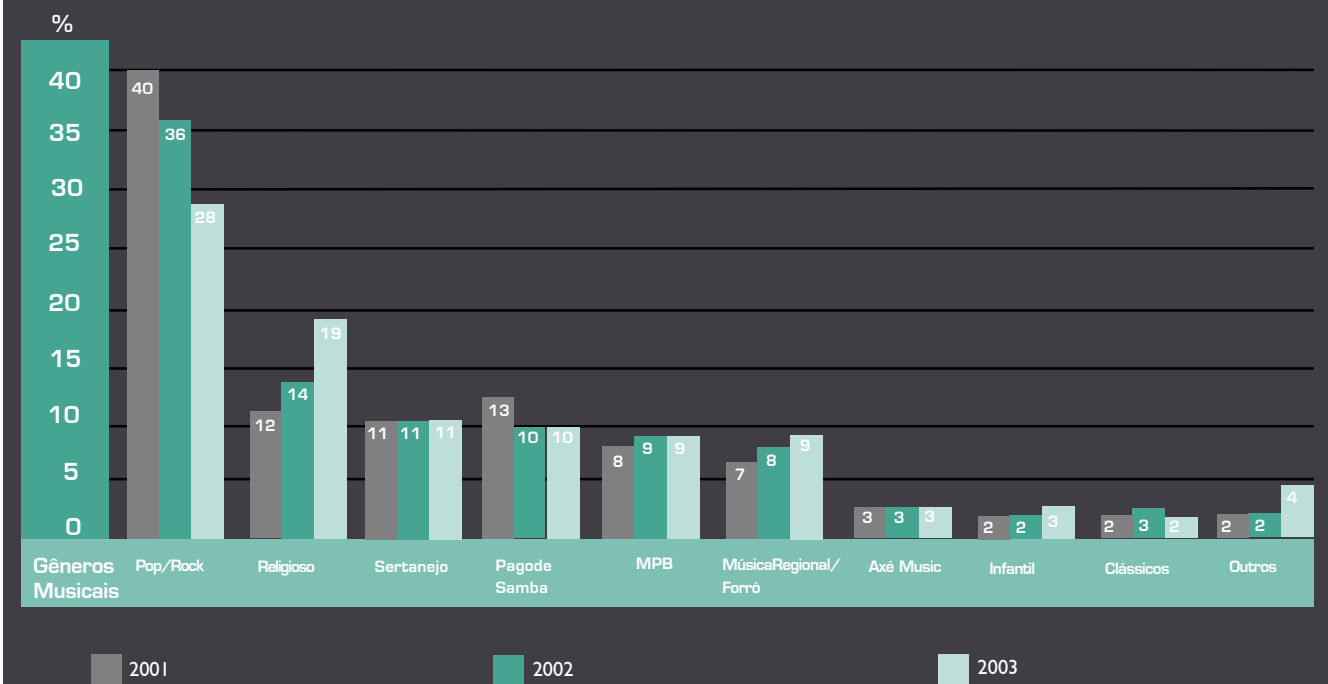
The survey carried out by Franceschini Institute of Market Research showed that the purchase of legitimate CDs declined in the metropolitan areas of Rio de Janeiro and Sao Paulo, from 39% in 2001 to 32% in 2003.



Source: Franceschini

Vendas por Gênero

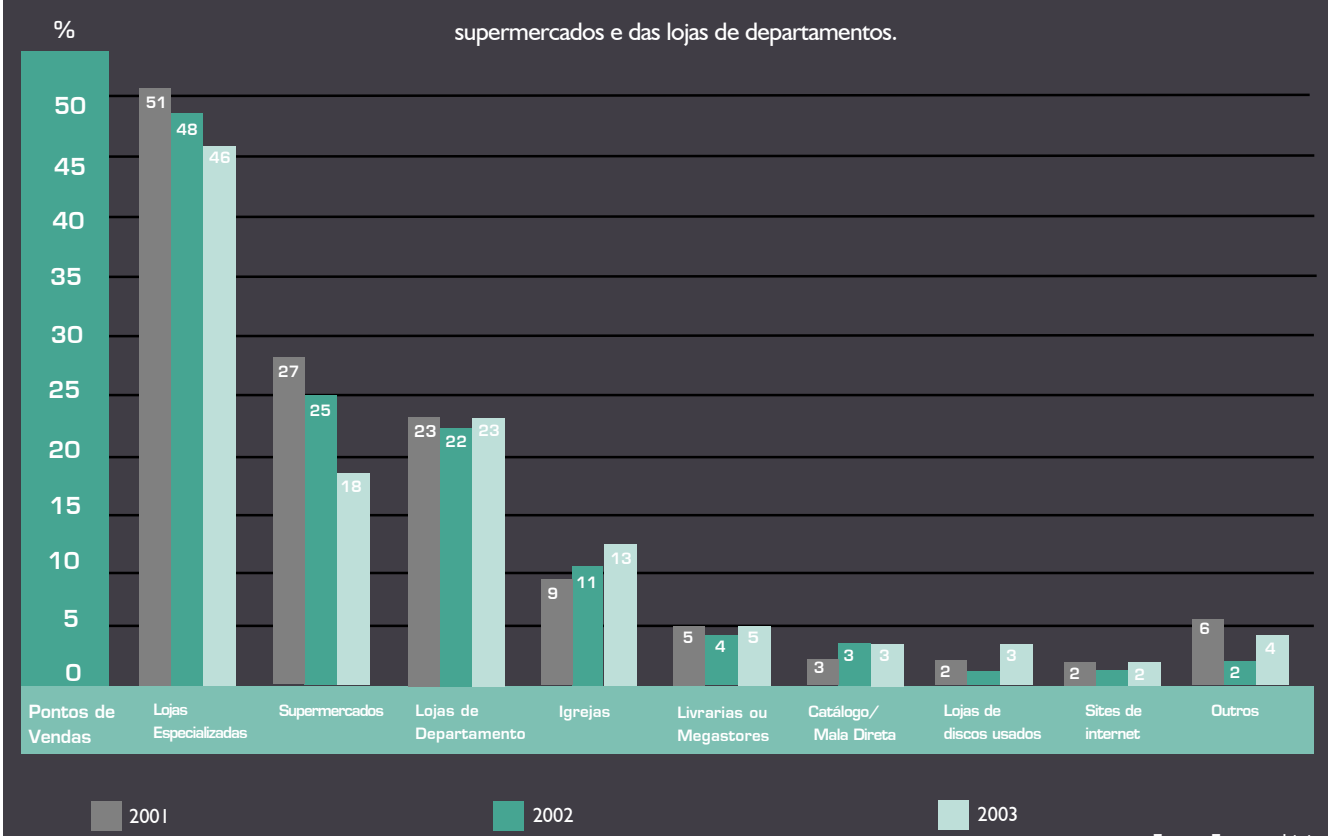
De acordo com o Instituto Fransceschini de Análise de Mercado, as vendas por gênero apresentaram poucas variações se comparadas com os anos anteriores. Vale ressaltar o aumento da participação dos gêneros Regional/Forró e Religioso.



Fonte: Franceschini

Pontos de Vendas

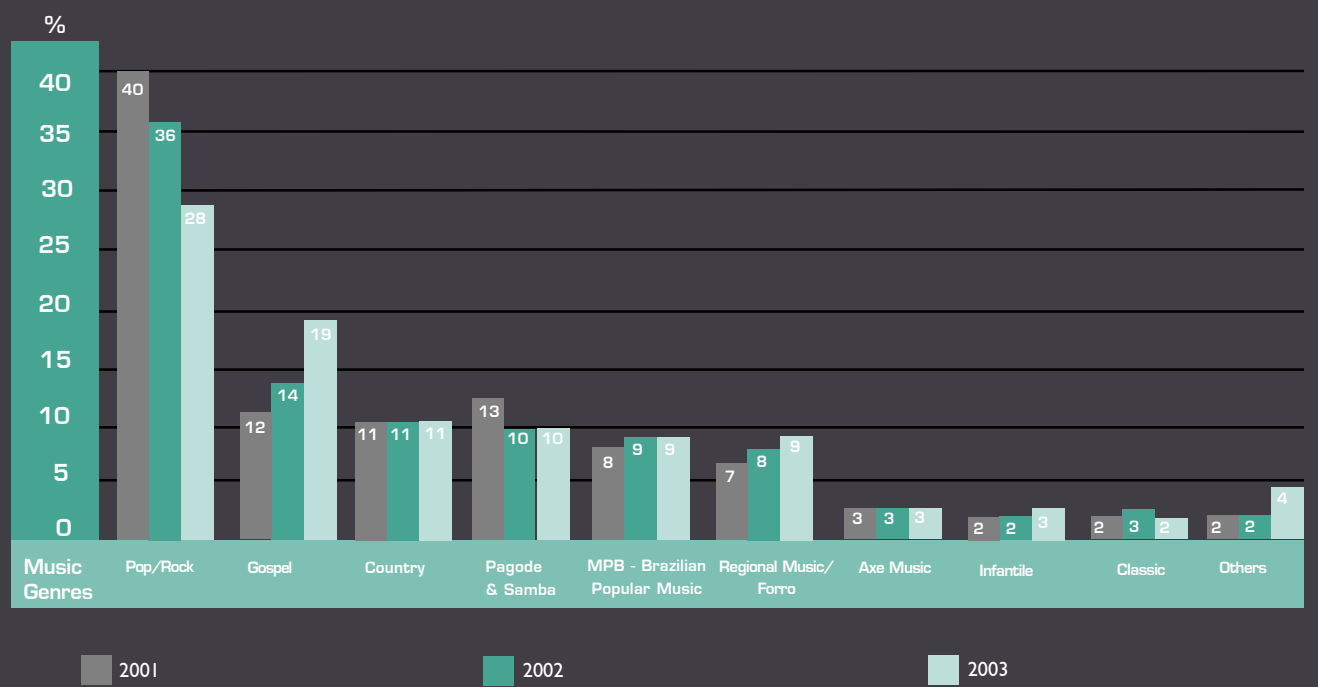
Como nos anos anteriores, as lojas especializadas em vendas de discos continuam sendo os pontos de compras mais procurados pelos consumidores, seguido dos supermercados e das lojas de departamentos.



Fonte: Franceschini

Sales by Genre

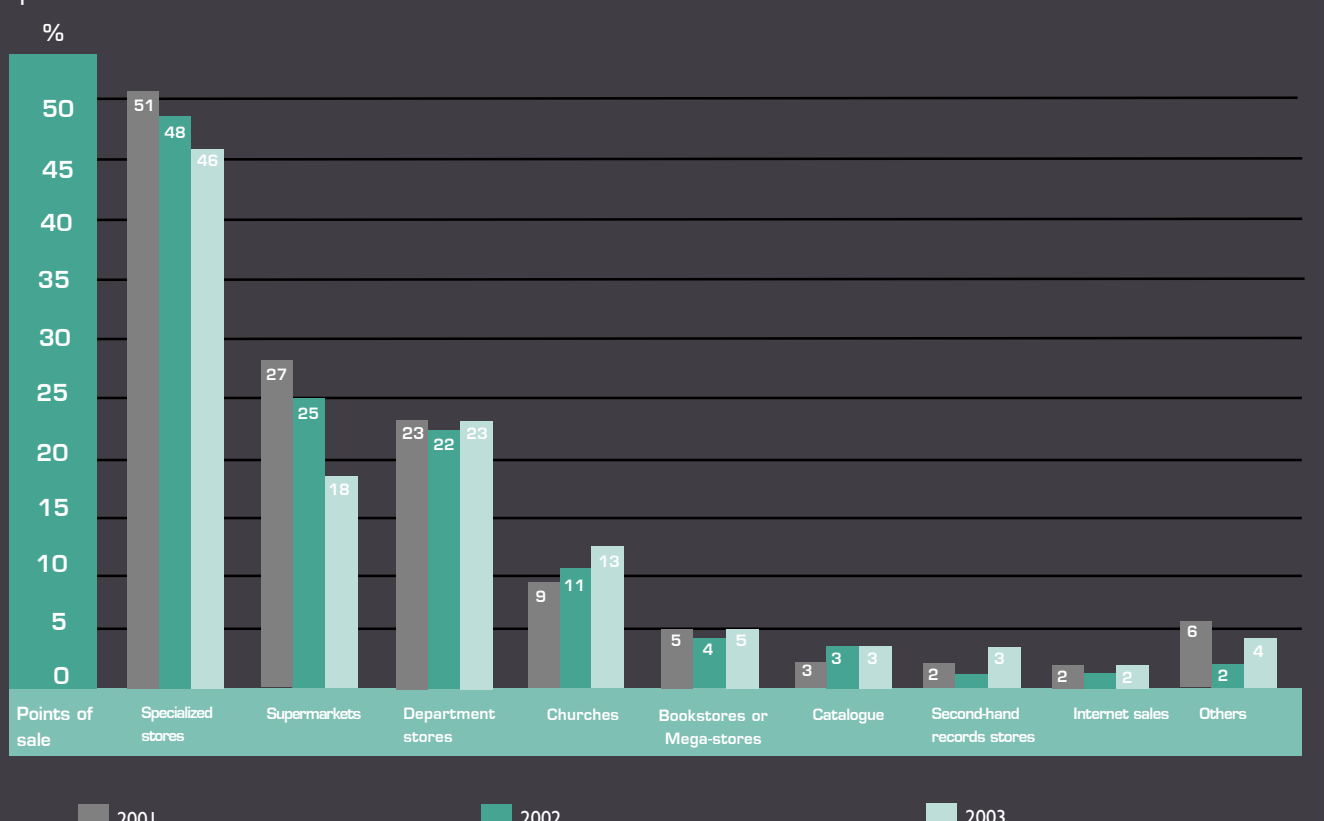
The survey carried out by the Franceschini Institute of Market Research showed that sales by genre had little variation when compared to previous years. We highlight here the increase in the sales of regional (country) genres, such as "Forro" as well as gospel music



Source: Franceschini

Points of Sale

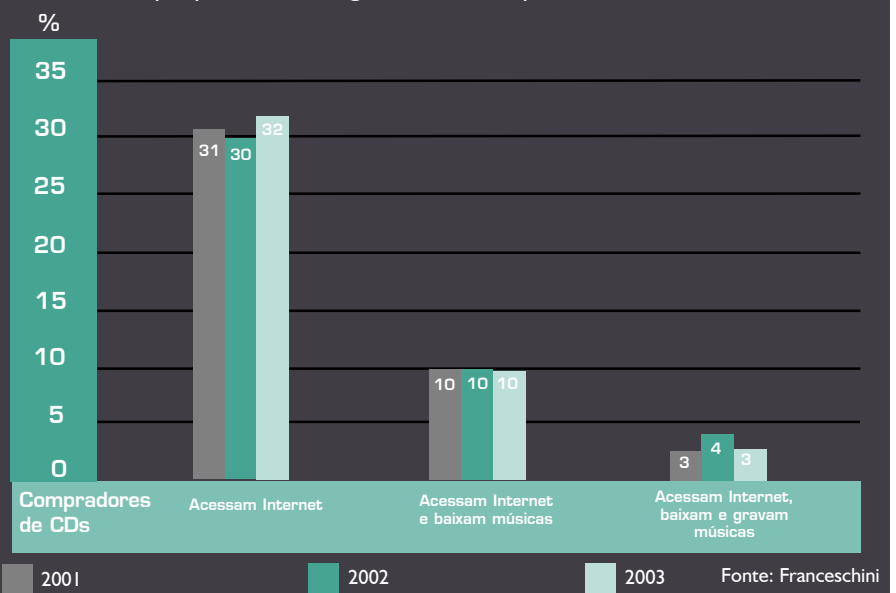
As in previous years, consumers prefer to buy records in specialized music stores. Behind them, supermarkets and department stores are also goods points of sale.



Source: Franceschini

Internet

A pesquisa apontou um quadro de estabilidade nos últimos três anos dentro do universo de compradores de CDs, no que diz respeito ao *download* de músicas pela Internet. Do universo de consumidores de CDs (11,2 milhões), 10% fazem *downloads* presumívelmente ilegais de músicas, sendo que apenas 3% destes gravam as músicas que baixam da Internet em CDRs.



Fonte: Franceschini

A posse de equipamentos utilizados para gravar CDs registrou aumento nos últimos três anos, passando de 4% em 2001 para 7% do público consumidor de CDs musicais em 2003.

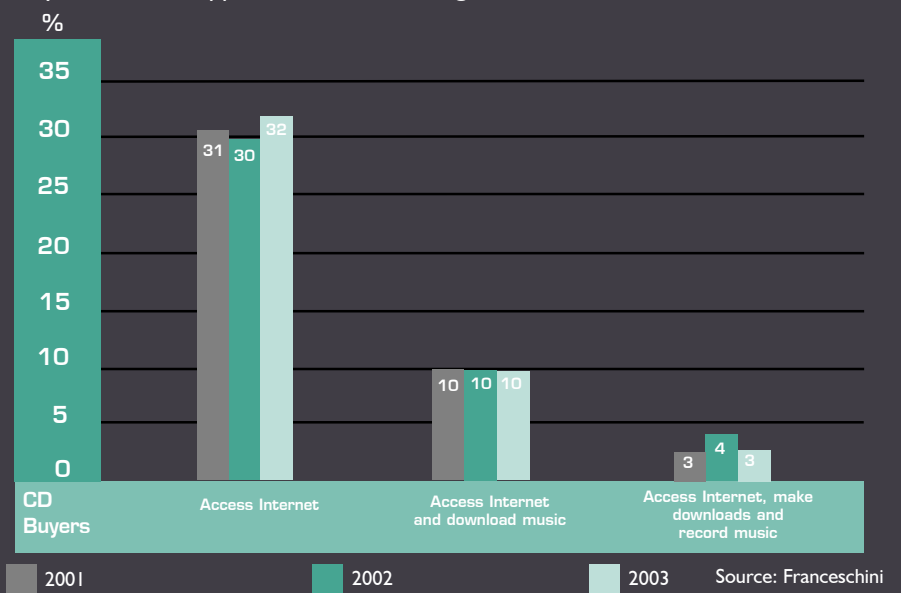
Do número de consumidores, referido acima, que baixam e gravam as músicas (3% dos consumidores), em 2001, 29% destes gravavam de 70% a 100% do que baixavam. Em 2003 esse número dobrou atingindo a cifra de 58% gravando igualmente entre 70% a 100% do resultado dos *downloads*.

A pesquisa aponta ainda, que a imensa maioria dos *downloads* é proveniente de serviços de compartilhamento de arquivos internacionais, que promovem a troca ilegal de conteúdo musical protegido.

Uma parcela pequena deste universo citou ter conhecimento de sites legalizados de comercialização de *downloads* musicais no Brasil. Em nossa ótica, o Brasil ainda se ressente da falta de parceiros na área de distribuição de música digital com alto padrão de alavancagem promocional e tecnológica para o desenvolvimento do mercado de música *on line* no país. Até o momento, apenas um serviço legalizado está estabelecido e funcionando no Brasil.

A ABPD espera que o mesmo movimento que hoje se percebe nos mercados mais desenvolvidos, onde a oferta de serviços *on line* legítimos, bem como a quantidade de conteúdo musical ofertado aos consumidores vem aumentando sensívelmente, aconteça no Brasil. Exemplos de sucesso no mundo virtual como o I-Tunes da Apple e o relançamento do Napster em sua versão legalizada, para não citar vários outros lançados no último ano, devem chegar em breve à América Latina e ao Brasil. O contínuo aumento do número de usuários de Internet, combinado com o incremento do acesso por banda larga com conexões rápidas e seguras, deverá ser fator determinante para o surgimento de um mercado brasileiro legítimo de comercialização de música *on line* nos próximos anos.

The survey disclosed a stable environment in the past three years as regards CD buyers in connection to Internet music downloads. From the universe of CD consumers (11.2 million) presumably 10% perform illicit downloads, and only 3% of these appear to record the songs downloaded onto CDRs.



Source: Franceschini

The number of equipment used to record CDs increased in the past three years, from 4% of CD consumers in 2001 to 7% in 2003.

In 2001, 29% of these consumers that download and record music (3% of consumers) recorded 70% to 100% of songs downloaded from the Internet. This figure doubled in 2003, that is, 58% of consumers recorded 70% to 100% of their own downloads.

The survey also disclosed that most downloads come from international file-swapping services, which disseminate the illegal exchange of proprietary material.

A small part of this universe affirmed to know about legitimate sites for the marketing and sale of music downloads in Brazil. In our opinion, the country is suffering from the lack of partners engaged in the distribution of digital music and robust promotional and technological support, all of which would foster and develop the Internet music market in the country. In fact, there is only one legitimate service established and operating currently in Brazil.

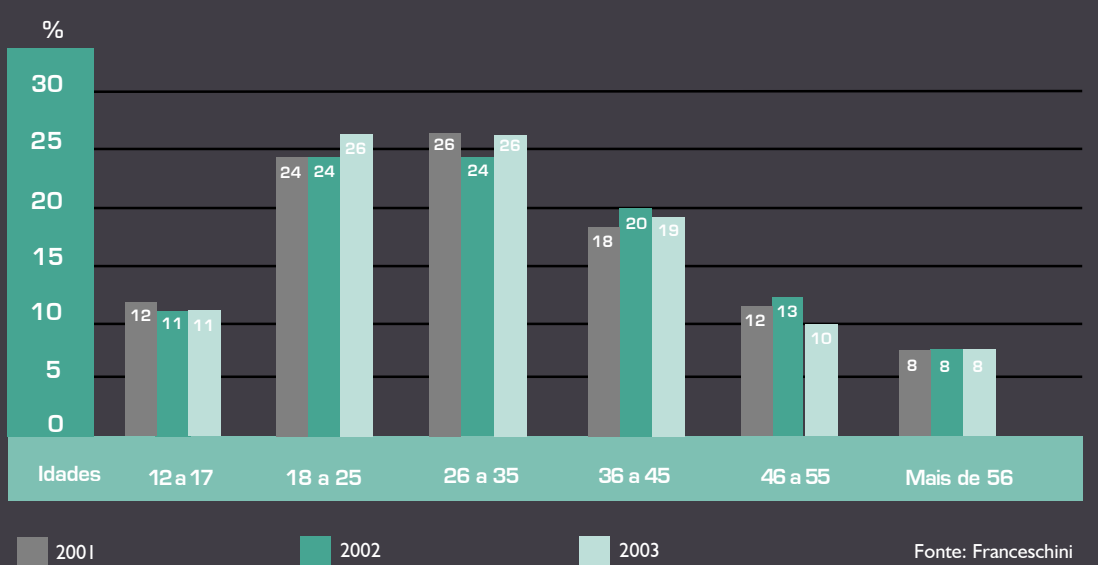
The ABPD expects that Brazil will also benefit from the activities taking hold in more developed markets, where the availability of on line services and music content for the public is increasingly active. The success in the virtual world of initiatives such as Apple iTtunes and the re-release of Napster in its legitimate version, in addition to other services launched in the past year, will surely and shortly arrive in Latin America and Brazil. The continuous increase in the number of Internet users, together with the access facilities of the broadband, permitting fast and safe connections, will be the determining factor for the substantial growth of a Brazilian market for the legitimate distribution on line of music services in the years to come.

Perfil do Consumidor

Com base nas pesquisas realizadas pelo Instituto Franceschini de Análises de Mercado o perfil médio do consumidor de CDs originais no Brasil vem se mantendo estável nos últimos anos e se encontra na faixa dos 18 aos 35 anos, é de classe média e possui ensino médio concluído.

Faixa Etária

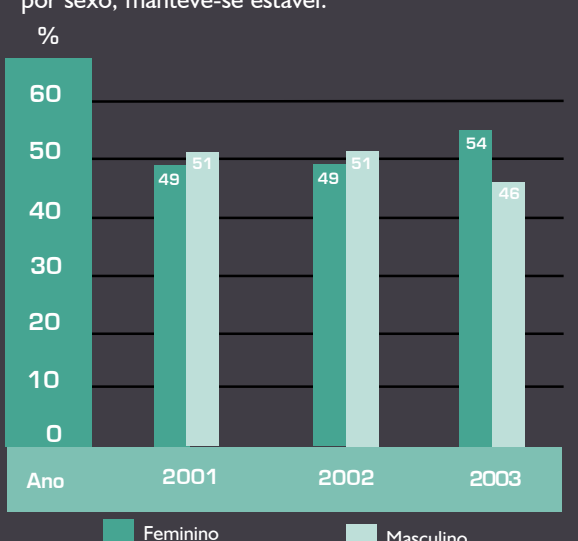
O público consumidor de música no Brasil é composto por todas as idades, mas, é entre os 18 a 35 anos que se encontra o maior número de pessoas comprando música. Os percentuais referentes às faixas etárias variaram pouco nos últimos três anos acompanhados pela pesquisa do Instituto Franceschini.



Fonte: Franceschini

Sexo

Com base nos dados do último ano de pesquisa, o perfil do consumidor por sexo, manteve-se estável.



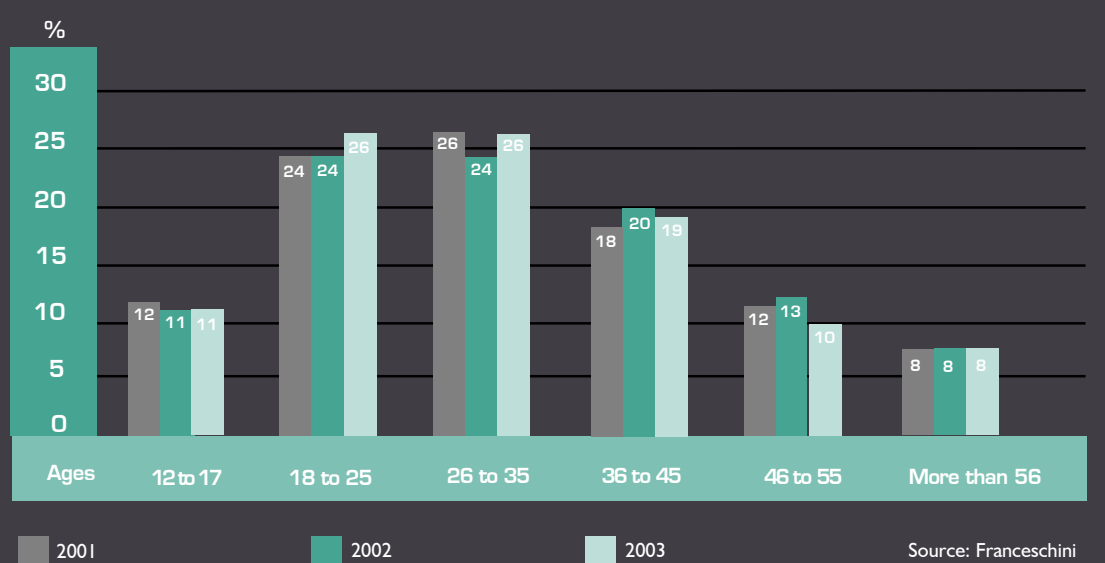
Fonte: Franceschini

Consumer Profile

According to data provided by the survey carried out by Franceschini Institute of Market Analysis the average profile of legitimate CD buyers in Brazil continues stable as in the past years, comprising middle-class people from 18-35 years of age, and who have completed secondary education.

Age Range

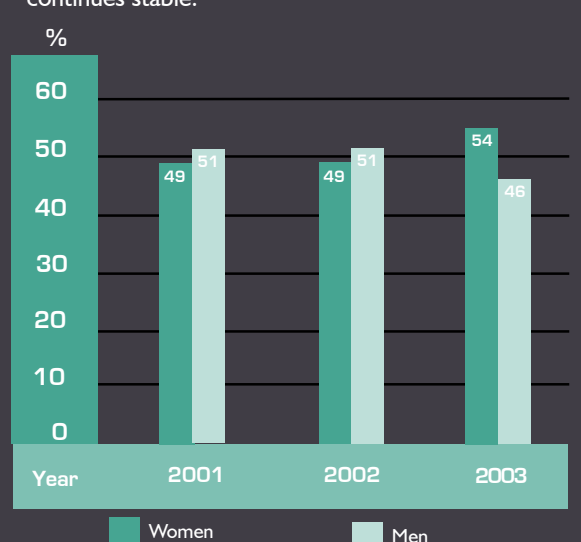
People of all ages consume music in Brazil. However, people from 12 to 35 years of age consume most. There was little variation in the percentages corresponding to different age ranges in the past three years, according to the survey conducted by the Franceschini Institute.



Source: Franceschini

Gender

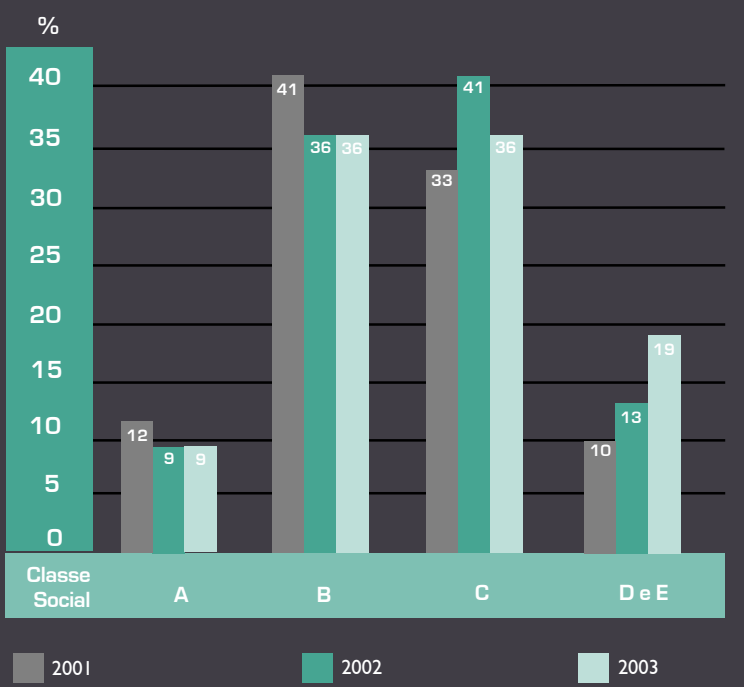
According to data provided by last year survey, the profile by gender continues stable.



Source: Franceschini

Classe Social

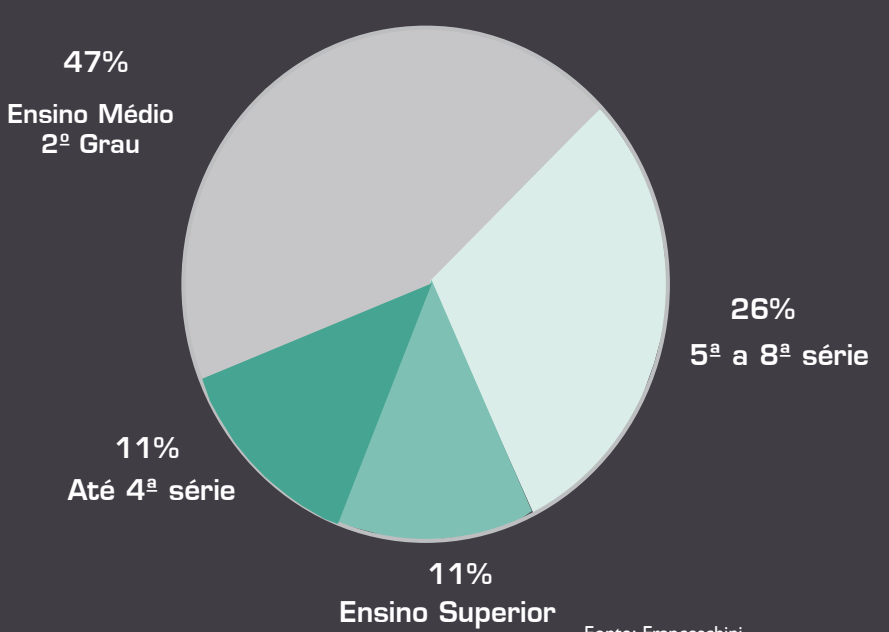
A maior parte dos consumidores de música estão nas classes B e C, apesar desses segmentos terem apresentado decréscimo nos últimos anos.



Fonte: Franceschini

Escolaridade

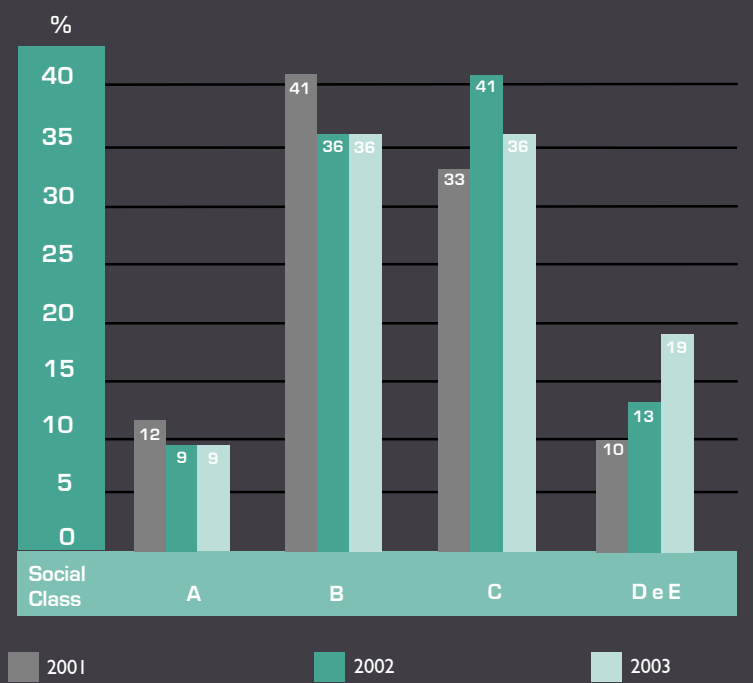
Com base na pesquisa 44% dos consumidores têm o Ensino Médio completo/incompleto, seguido por 30% com Ensino de Base completo/incompleto.



Fonte: Franceschini

Social Class

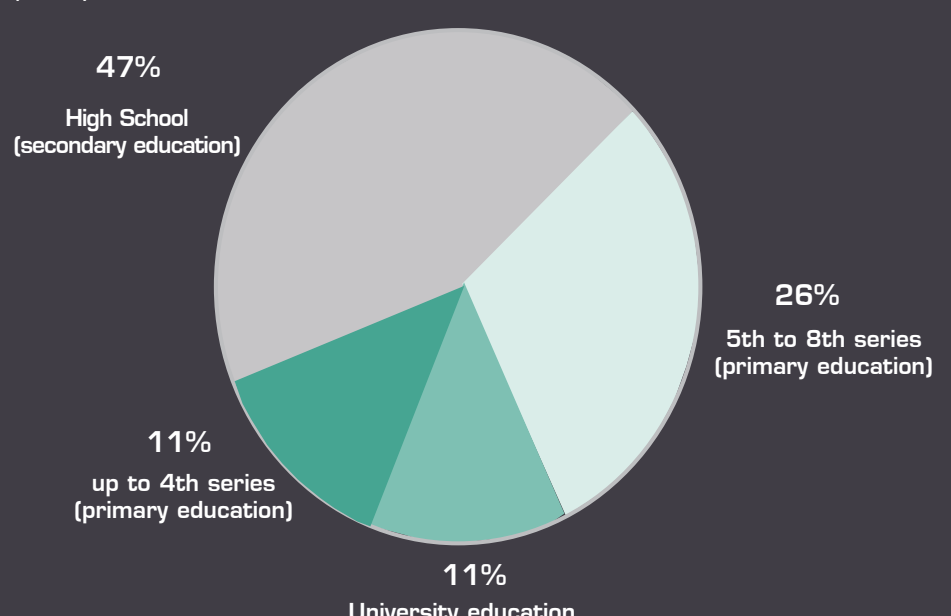
Most music consumers belong to classes B and C. However, these two segments showed some shrinking in the last few years



Source: Franceschini

Schooling

According to the survey, 44% of buyers have completed (or not) secondary education, followed by 30% who have (or have not) completed elementary or primary education.



Source: Franceschini

Pirataria Musical

Musical Piracy

Pirataria Mundial

As vendas globais de música pirata chegaram em 2003 a 1.1 bilhão de discos - 35% de todos os discos vendidos no mundo

Segundo relatório divulgado em 2004 pela IFPI - Federação Internacional da Indústria Fonográfica, as vendas de CDs piratas alcançaram a cifra recorde de 1.1 bilhão de discos em 2003, o que representa um negócio ilícito de 4.5 bilhões de dólares conduzido pelo crime organizado e alimentado pela apatia dos Governos e a corrupção de autoridades públicas. Dos dez países onde o problema da pirataria é mais preocupante, quatro estão na Ásia, três na América Latina e três na Europa.

As vendas globais de discos falsificados cresceram 4% em 2003, e a taxa média de pirataria global alcançou a cifra recorde de 35%. A proporção dos CDs originais vendidos em relação aos CDs ilícitos continua caindo: em 2000, um de cada cinco CDs vendidos era uma cópia pirata; em 2003 a cada três CDs vendidos, um era falsificado.

Entretanto, a pirataria de CDs musicais em 2003 apresentou as taxas mais lentas de crescimento em quatro anos, indicando que os esforços no intuito de se fazer cumprir as leis, a cargo das equipes antipirataria da indústria e de algumas agências governamentais, estão exercendo algum impacto positivo. No último ano, foi registrado um número de apreensões recorde de CDs e de equipamentos utilizados na falsificação, como gravadores de CDs.

O relatório ainda destaca os dez países onde as campanhas anti-pirataria merecem tratamento prioritário (em ordem alfabética):

BRASIL

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	137 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	58 milhões
Nível de Pirataria	52%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	9%
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	(- 25%)

CHINA

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	591 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	76 milhões
Nível de Pirataria	90%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	20%
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	40%

ESPANHA

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	58 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	56 milhões
Nível de Pirataria	24%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(-7%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	(-13%)

Global music pirate sales hits record 1.1 billion discs - 35% of all discs sold

According to the information provided by the report released by IFPI - the International Federation of the Music Industry - in 2004, illegal music sales hit a record of 1.1 billion discs in 2003, funding a US$ 4.5 illegal business drive by organized crime, government apathy and corruption of public authorities. In the ten priority countries where the piracy problem is more crucial, 4 of these countries are in Asia, 3 in Latin America and three in Europe.

Global sales of illegal music discs rose 4% in 2003 and the global average piracy rate increased to a record 35%. The ration of legitimate CDs to illegal CDs sold continues to decline: in 2000, one in five CDs sold worldwide was a pirate copy; in 2003 the ratio was one in three.

However, CD music piracy grew at its slowest rate in four years, indicating that enforcement efforts by industry anti-piracy teams and by some government enforcement agencies are now having a significant impact. Last year, there were record levels of seizures of discs and a huge increase in seizures of counterfeiting equipment, such as CD copying equipment.

The report names ten priority countries where anti-piracy actions deserve special efforts. These countries (in alphabetical order) are:

BRAZIL

Pirate market value (in US$)	137 million
Legitimate market size (units)	58 million
Piracy level	52%
Pirate unit growth 2003/2003	9%
Legitimate unit growth (in units)	(-25%)

CHINA

Pirate market value (in US$)	591 million
Legitimate market size (units)	76 million
Piracy level	24%
Pirate unit growth 2003/2003	(-7%)
Legitimate unit growth (in units)	(-13%)

SPAIN

Pirate market value (in US$)	58 million
Legitimate market size (units)	56 million
Piracy level	24%
Pirate unit growth 2003/2003	(-7%)
Legitimate unit growth (in units)	(-13%)

MÉXICO

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	181 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	56 milhões
Nível de Pirataria	61%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(-19%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	3%

PARAGUAI

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	32 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	0.1 milhão
Nível de Pirataria	99%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(- 25%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	(- 52%)

PAQUISTÃO

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	30 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	38 milhões
Nível de Pirataria	59%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(- 17%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	N/A

RÚSSIA

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	332 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	116 milhões
Nível de Pirataria	64%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(-8%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	2%

TAILÂNDIA

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	28 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	23 milhões
Nível de Pirataria	35%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(-16%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	(-20%)

TAIWAN

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	37 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	15 milhões
Nível de Pirataria	42%
Variação do índice de pirataria 2002/2003	(-20%)
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	(-10%)

UCRÂNIA

Mercado de vendas piratas (em valor US$)	42 milhões
Mercado de vendas legais (em unidades)	18 milhões
Nível de Pirataria	68 %
Variação do índice de pirataria 2002/2003	16%
Variação do Mercado Oficial (em unidades)	4%

Fonte: IFPI

MEXICO

Pirate market value (in US$)	181 million
Legitimate market size (units)	56 million
Piracy level	61%
Pirate unit growth 2003/2003	(-19%)
Legitimate unit growth (in units)	3%

PARAGUAY

Pirate market value (in US$)	32 million
Legitimate market size (units)	0.1 million
Piracy level	99%
Pirate unit growth 2003/2003	(-25%)
Legitimate unit growth (in units)	(-52%)

PAKISTAN

Pirate market value (in US$)	30 million
Legitimate market size (units)	38 million
Piracy level	59%
Pirate unit growth 2003/2003	(-17%)
Legitimate unit growth (in units)	N/A

RUSSIA

Pirate market value (in US$)	332 million
Legitimate market size (units)	116 million
Piracy level	64%
Pirate unit growth 2003/2003	(-8%)
Legitimate unit growth (in units)	2%

THAILAND

Pirate market value (in US$)	28 million
Legitimate market size (units)	23 million
Piracy level	35%
Pirate unit growth 2003/2003	(-16%)
Legitimate unit growth (in units)	(-20%)

TAIWAN

Pirate market value (in US$)	37 million
Legitimate market size (units)	15 million
Piracy level	42%
Pirate unit growth 2003/2003	(-20%)
Legitimate unit growth (in units)	(-10%)

UKRAINE

Pirate market value (in US$)	42 million
Legitimate market size (units)	18 million
Piracy level	68%
Pirate unit growth 2003/2003	16%
Legitimate unit growth (in units)	4%

Source: IFPI

Pirataria Musical no Brasil

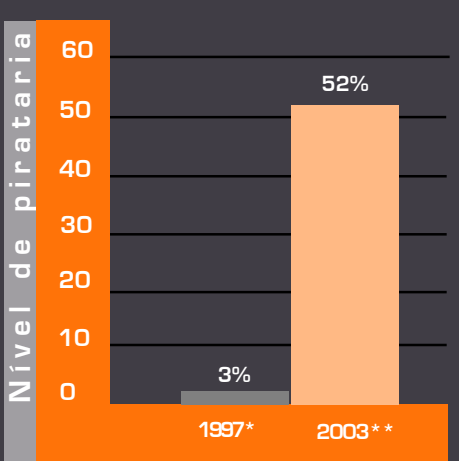
O ano de 2003 foi novamente marcado pelo quadro de descontrole no combate à pirataria, que hoje atinge mais da metade do consumo. O Brasil é um dos três maiores mercados de artigos pirateados do mundo.

De acordo com pesquisa de mercado do Instituto Franceschini de Análises de Mercado, o nível de pirataria no Brasil em 2003 correspondeu a 52% do mercado no país, movimentando US$ 137 milhões com a venda de 74 milhões de unidades falsificadas. O índice de pirataria no país aumentou 9% quando comparado com o mesmo estudo do ano anterior.

Entre todas as ações que foram desenvolvidas em 2003 para combater a pirataria de música no país, vale ressaltar:

- A criação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pirataria.
- A entrada em vigor da Lei 10.695 de 1º de julho de 2003, que alterou a penalidade para quem comete crime contra o Direito Autoral, aumentando a pena mínima de um para dois anos de reclusão e multa.
- A criação no Congresso Nacional da Frente Parlamentar de Combate à Falsificação, que conta com a participação 130 congressistas.
- A instituição do Dia Nacional de Combate à Pirataria (03 de dezembro).

Avanço da Pirataria



*Fonte: estimativa **Fonte: Franceschini

EFEITOS DA PIRATARIA NO SETOR:

- Redução nos postos de trabalho direto de cerca de 50%, desde 1997.
- Diminuição no quadro de artistas contratados pelas gravadoras, em cerca de 50%, nos últimos 5 anos.
- Menos 27% de lançamentos de produtos de artistas nacionais, no último ano.
- Uma estimativa de perda com arrecadação de impostos em função da pirataria que ultrapassa a casa dos 500 milhões de reais, anualmente.

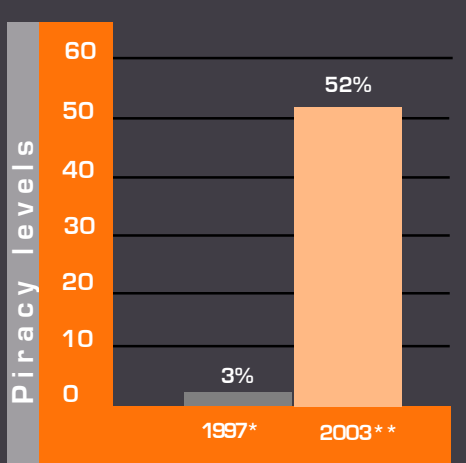
The year 2003 saw again an uncontrolled atmosphere in the fight against piracy in Brazil. Pirate sales account for more than 50% of the Brazilian music market.

According to data provided by Franceschini Institute of Market Research, the level of piracy in Brazil in 2003 corresponds to 52% of the local market, the pirate market value being US$ 137 with 74 million pirate units sold. Piracy level in the country increased 9% if compared with the results of a similar study carried out in the preceding year.

From the actions taken in the past year in the fight against piracy we may highlight:

- The setting up of a Congressional Anti-Piracy Commission to investigate piracy and counterfeit trade.
- Law No. 10695 of July 1, 2003, which modified penalties for copyright infringement. The minimum penalty was increased from one to two years of imprisonment and a fine.
- The setting up, within the National Congress, of the Parliamentary Front for the Fight Against Counterfeiting (composed of 130 congressmen).
- The commemoration of the National Day for the Fight Against Piracy (on December 3).

Piracy in Numbers



*Source: estimates **Source: Franceschini

THE EFFECTS OF PIRACY:

- Reduction of 50%, since 1997, in job positions in the sector.
- Downsizing of casts of recording companies - approximately 50% in the past 5 years.
- Reduction in 27% of releases of local artists, in the past year.
- It is estimated that the Government fails to collect more than 500 million Reals per year, as a result of the devastating effect of piracy on tax collection.

CPI da Pirataria

No âmbito do combate à pirataria, 2003 foi marcado positivamente pela criação, por iniciativa da Câmara dos Deputados, da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pirataria de Produtos Industrializados, que após um ano de trabalhos, encerrou suas atividades no final de junho de 2004, entregando nas mãos do Ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos e do Presidente da República (em agosto), um relatório final onde constata, entre outras coisas, que por traz da indústria da pirataria e da falsificação estão organizações criminosas operando no país e que a Receita Federal está deixando de arrecadar 8 bilhões de reais por ano em função da comercialização de produtos pirateados dos mais diversos tipos. Essas foram apenas algumas das conclusões do relatório apresentado pela comissão, que realizou um trabalho inédito no mundo sobre a extensão do problema da pirataria de produtos industrializados, do contrabando, da evasão fiscal e da informalidade no Brasil.

A CPI, presidida pelo Deputado Federal Luiz Antonio de Medeiros (PL-SP), desenvolveu importantes ações, tanto no âmbito de estudos aprofundados da dimensão do problema da pirataria e suas ramificações, quanto as de caráter mais investigativo e policial, como as que resultaram nas prisões de supostos envolvidos em diversos crimes. Destacaram-se nos trabalhos da CPI além de seu Presidente acima mencionado, os Deputados Julio Lopes (PP-RJ), Vanessa Grazziotin (PC do B-AM), Julio Semeghini (PSDB-SP), Wagner Rubinelli (PT-SP), Laura Carneiro (PFL-RJ), e o relator, Josias Quintal (PMDB-RJ).

No caso da pirataria musical, o desrespeito aos direitos de autores, artistas e produtores fonográficos foi foco das preocupações da CPI e objeto de suas conclusões. A ação e desempenho da Comissão, podem ser resumidos como um marco na luta contra a pirataria no Brasil, por parte do Congresso Nacional em especial dos Deputados Federais que conduziram os trabalhos da CPI. Segundo Paulo Rosa, Diretor Geral da ABPD, "agora, caberá ao Governo Federal dar o necessário seguimento ao trabalho da CPI, tomando as medidas necessárias e criando mecanismos que incentivem os

Congressional Anti-Piracy Commission

2003 was a positive year in the fight against piracy, as a result of the setting up, by initiative of the Chamber of Representatives, of the Congressional anti-Piracy commission (the CPI), established to investigate piracy of industrialized products, which after a year of dedicated work completed activities by the end of June 2004. In August, the committee presented the Brazilian Minister of Justice, Marcio Thomaz Bastos and the President of Brazil with a final report detailing, among other things, that behind the activities related to piracy and counterfeiting, organized crime is acting in the country, and that the Brazilian tax authorities are failing to collect 8 billion Reals per year as a result of piratical activities of all kinds across the country. These are just some of the conclusions of the report of the Commission, which carried out an unprecedented work, even at the global level, on the extent of the problem of piracy of industrialized products, and also on smuggling, tax evasion and underground work in Brazil.

The CPI, chaired by Federal Representative Luiz Antonio de Medeiros (PL Party of Sao Paulo) took relevant action, both regarding the exhaustive studies on the extent of the problem of piracy and its ramifications, as well as on the intelligence and police aspects, which resulted in the imprisonment of people allegedly involved in several crimes. In addition to the Chairman of the CPI, other dedicated authorities also worked in the project, i.e. representatives Julio Lopes (PP-RJ), Vanessa Grazziotin (PC do B - AM), Julio Semelghini (PSDB-SP), Wagner Rubinelli (PT-SP), Laura Carneiro (PFL-RJ), and Rapporteur Josias Quintal (PMDB-RJ).

The CPI members were sensitive enough to address the problems posed by music piracy and the failure to enforce the rights of authors, performers and phonogram producers, as shown by the conclusions of the report. The activities and the dedication of the Commission are a milestone in the fight against Piracy in Brazil, made possible by the National Congress and especially by the Federal representatives conducting the work of the CPI. Paulo Rosa, ABPD Director General said that "the Federal Government should now continue the work of the CPI, taking the necessary steps and providing for mechanisms to

Governos Estaduais e as autoridades municipais do país a fazer o mesmo. Não é possível que a atual situação de permissividade em relação ao comércio informal perdure no Brasil. Vende-se de tudo nas ruas, quase sempre mercadorias contrabandeadas, falsificadas e pirateadas como é o caso dos CDs e DVDs musicais. O setor musical já perdeu perto da totalidade de seu comércio varejista especializado em música, o que é muito ruim até para os artistas que não são pirateados. É o Brasil clandestino e ilegal ligado ao crime organizado e à corrupção, em prejuízo daqueles que produzem, empregam formalmente, pagam impostos, e sobre tudo respeitam os direiros autorais e conexos".

As principais recomendações da CPI da Pirataria ao Governo Federal, através do Ministro da Justiça foram:

- A criação de um Plano Nacional de Combate à Pirataria e de um órgão público de inteligência, responsável por ações interligadas das polícias federal e estadual, no intuito de centralizar as informações e as investigações que digam respeito às atividades de pirataria. A coordenação das atividades entre o Governo Federal, as polícias federais e estaduais, o Ministério Público e outros órgãos, na administração e na ação direta das polícias ajudaria a combater o problema da falsificação, do contrabando, da evasão de impostos e do comércio ilegal que se observa hoje no Brasil.
- Rever os tratados assinados com a Paraguai para o uso em especial dos portos de Santos, em São Paulo, e de Paranaguá, no Paraná, principais portas de entrada de produtos pirateados, que posteriormente são contrabandeados para o Brasil.
- Criação de Força Tarefa na Policia Federal para investigar redes de crime organizado atuando em contrabando e pirataria.
- Que o Governo, nos mais variados níveis, e o Poder Judiciário encarem os crimes de pirataria como atividades de crime organizado.
- A extinção do Comitê Interministerial de Combate à Pirataria , criado em 2001.

A CPI ainda apresentou algumas propostas de projetos de lei que criam importantes mecanismos para facilitar o combate à pirataria e a falsificação no Brasil.

encourage State and Provincial Governments and municipal authorities in Brazil to take similar action. The current situation concerning the underground economy must come to an end in Brazil. One can buy anything one may think of in the street, mostly smuggled, counterfeited and pirate material, such as music CDs and DVDs. The music industry has lost almost everything to piracy, especially the retail music market, and this is catastrophic even for those artists whose performances have not been pirated. Clandestine and illicit activities in Brazil benefit organized crime and corruption, in detriment of those who produce, provide employment, pay their taxes and above all show respect for copyright and neighboring rights".

The main recommendations of the Piracy CPI to the Federal Government, and suggested to the Minister of Justice are:

- The setting up of a National Plan to Fight Piracy and the setting up of an intelligence public agency in charge of the interaction between federal and state police forces, with the aim of centralizing the information and the results of the investigations referring to piratical activities. Also, the co-ordination of activities between the State, the Federal and State Police, the Public Ministry and other official agencies, for the management and direct activities of police forces, which would be instrumental to fight counterfeiting activities as well as smuggling and tax evasion crimes, which are widespread at present in Brazil.
- A review of the treaties adopted by Paraguay and Brazil on the use of ports such as Santos, Sao Paulo and Paranagua, in Parana, which are the main ports of entry of piratical material, which are then smuggled into Brazil.
- The setting up of a Federal Police Task Force to investigate the activities of organized crime linked to smuggling and piratical activities.
- The Government at all levels and the Courts must address piracy crimes regarding them as activities of organized crime.
- The extinction of the 2001 Inter-Ministry Committee for the Fight Against Piracy.

Furthermore, the CPI also proposed the drafting of legislation on relevant mechanisms for the fight against piracy and against counterfeiting activities in Brazil.

APDIF

Segundo acompanhamento da APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, de janeiro a dezembro de 2003, mais de 17 milhões de unidades de CDs ilegais foram apreendidas no país, 142 pessoas foram presas e 1.060 indiciadas por crime contra o Direito Autoral. Porém, esse número ainda não pode ser considerado um resultado positivo, uma vez que os níveis de pirataria musical vêm aumentando ano após ano e o mercado legal vem se reduzindo seguidamente.

Acompanhamento das Ações de Combate à Pirataria nos anos 2000

Apreensões	2000	2001	2002	2003
CDs Gravados	3.223.295	2.976.217	3.783.535	5.686.253
CDs Virgens	122.165	315.643	8.649.590	11.455.421
Drives de Gravação	280	691	847	4.883
Pessoas Averiguadas	1.348	1.213	1.264	1.060
Presos	S/ registros	8	58	142

Fonte: Apdif

Efeitos da Piratarias nas vendas de CDs de 1997 a 2004:

- Em termos nominais a queda na venda do formato CD foi de 53%, porém se considerarmos apenas os CDs inéditoas lançados, a queda passa para 67%.
- Considerando a inflação oficial do período os números saltam para 68% e 78% respectivamente.

Pirataria na Internet

A APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, atua no combate à pirataria na Internet desde meados de 2000, quando iniciou o trabalho de monitoramento e notificação de sites ilegais; a solicitação de medidas cabíveis às autoridades competentes e a busca da colaboração dos provedores de serviços.

O trabalho da APDIF, nesse campo, consiste basicamente na busca e monitoramento de sites ilegais, promotores de leilões virtuais, bem como atuação preventiva junto aos provedores de serviços e aos sites de leilão para instituir políticas de proteção aos direitos autorais e de combate eficaz à pirataria.

Em 2003, a APDIF registrou a notificação de 8.782 páginas de Internet que disponibilizavam de forma ilegal conteúdo protegido pelo Direito Autoral. Destas páginas 8.687 foram retiradas da *web*.

São considerados ilegais, segundo a legislação nacional, não somente *websites*, mas todos os serviços não autorizados, que possibilitam, direta ou indiretamente, a busca, armazenamento, distribuição, comercialização e execução de músicas por meio da Internet.

ASSOCIAÇÃO PROTETORA DOS DIREITOS INTELECTUAIS FONOGRÁFICOS APDIF DO BRASIL

Denúncias anônimas de casos de pirataria podem ser feitas por:
- E-mail:**denuncia@apdif.org.br**
- **Caixa Postal 593 - CEP 01059-970 - SP**

The Association for the Protection of Phonographic Intellectual Property Rights - APDIF, reported the seizure of more than 17 million illicit CDs in Brazil from January to December 2003, in addition to the imprisonment of 142 infringers and 1060 people indicted for crimes against copyright. However, this is still far from being a positive result, as piracy levels are increasing year after year and the legitimate market continues to shrink.

Follow-Up of Anti-Piracy Actions in Recent Years

Seizures	2000	2001	2002	2003
Records CDs	3.223.295	2.976.217	3.783.535	5.686.253
Blank CDs	122.165	315.643	8.649.590	11.455.421
Recording Drives	280	691	847	4.883
People under surveillance	1.348	1.213	1.264	1.060
People imprisoned	N/A	8	58	142

Source: Apdif

Effects of piracy on CD sales from 1997 to 2004:

- In nominal terms, the decline in CD sales was 53%, but if we only consider CD releases, the figure goes up to 67%.
- Taking into account the official inflation rate of the period, figures are 68% and 78% respectively.

Internet Piracy

The Association for the Protection of Phonographic Intellectual Property Rights - APDIF has been involved in the fight against Internet Piracy since mid-2000, starting to monitor and sending warning letters to the holders of illicit Internet sites, as well as requesting the necessary steps from authorities and the collaboration from service providers.

The work of APDIF in this field basically consists in the search and monitoring of illicit sites, virtual auction promoters, as well as the preliminary actions with service and auction providers in order to develop policies focusing the protection of copyright and the efficient fight against piracy.

During 2003 APDIF sent 8.782 warning communications to holders of Internet WebPages, which were illicitly making available copyrighted material through the Internet. As a result, 8,687 pages were withdrawn from the web.

Pursuant to the local legislation not only websites may be considered illicit, but also any unauthorized services which directly or indirectly facilitate the search, storage, distribution, marketing and sale and performance of music through the Internet.

Anonymous denunciation of piracy cases:
- Send an e-mail to: **denuncia@apdif.org.br**
- **Caixa Postal 593 - CEP 01059-970 - SP**

ASSOCIAÇÃO PROTETORA DOS DIREITOS INTELECTUAIS FONOGRÁFICOS DO BRASIL APDIF

Institucional ABPD

Associações Nacionais Filiadas à IFPI

Corporative Information, ABPD

IFPI Nacional Groups

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCOS
ABPD

Executivos

Claudio Condé
Presidente

Paulo Rosa
Diretor Geral

Eduardo Rajo
Diretor Financeiro e de Novos Negócios

Valdemar Ribeiro
Diretor APDIF

Comunicação

Edna Calheiros
edna.calheiros@abpd.org.br

Perfil

A Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD), filiada a IFPI (International Federation of the Phonographic Industry), foi fundada em abril de 1958, como entidade representante das gravadoras. Seu objetivo é conciliar os interesses destas organizações com os de autores, intérpretes, músicos e editores musicais, além de defender coletiva e institucionalmente os direitos e interesses comuns de seus associados, combater a pirataria musical e promover levantamentos estatísticos e pesquisas de mercado.

Para se associar à ABPD a gravadora precisa entrar em contato com a associação e preencher um questionário. Todas as propostas de adesão são avaliadas pelo comitê executivo da Associação.

Ações

Entre as vantagens que a ABPD oferece para as suas associadas estão:

- Relações Institucionais
- Acompanhamento / monitoramento de ações de interesse da indústria fonográfica nos âmbitos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário
- Convênios
- Conscientização e apoio operacional e logístico às autoridades policiais competentes na repressão à organizações criminosas ligadas à pirataria musical
- Monitoramento e notificação de sites na Internet que disponibilizam conteúdo musical de forma ilegal
- Pesquisas de mercado, estatísticas e informações gerais do mercado fonográfico nacional e internacional
- Assessoria jurídica em questões institucionais de mercado
- Reuniões, seminários e eventos especiais
- Boletins informativos diários de notícias sobre o setor
- Certificados de venda (Disco de Ouro, Platina e Diamante)

Executives

Claudio Condé
President

Paulo Rosa
Manager Director ABPD

Eduardo Rajo
Finance and New Projects Director

Valdemar Ribeiro
Director of APDIF

Communications

Edna Calheiros
edna.calheiros@abpd.org.br

Profile

The Brazilian Association of Record Producers (Associação Brasileira dos Produtores de Discos, ABPD) was set up in April 1958 and is the Brazilian recording industry trade body. Its aim is to reconcile the interests of these organizations with those of authors, performers, musician and music publishers and to defend and represent the rights and common interests of the member companies , organizing the fight against music piracy and carrying out market surveys and compiling statistical information. To become an ABPD member, the recording company should contact the Association and complete a questionnaire. Proposals for membership are dealt with by ABPD's executive Committee

Music companies enjoy a number of benefits and advantages of ABPD members:, i.e.

Activities

- Institutional Relationships
- Follow-up/monitoring of projects of interest to the recording industry within the Executive, Legislative and Judicial local agencies.
- Agreements
- Logistic and operational support and awareness of police authorities engaged in the repression against crime organizations.Monitoring and warning communications addressed to Internet site holders making illicit music contents available through the Internet
- Market research, statistical information and comprehensive data on local and global music markets.
- Legal counseling on market & institutional issues
- Meeting, seminars and special events
- Daily Newsletters containing information on the music environment
- Issue of sales awards (Gold, Platinum and Diamond Certifications)

Associadas IFPI

Argentina Argentina
CAPIF - Câmara Argentina de Produtores de Fonogramas y Videogramas
www.capif.org.ar
+54 (11) 4315 0580
capif@capif.org.ar

Austrália Australia
ARIA - Australian Record Industry Association Ltd.
www.aria.com.au
+61 2 8569 1144
aria@aria.com.au

Áustria Austria
IFPI Austria - Verband der Osterreichischen Musikwirtschaft
www.ifpi.at
+43 (1) 535 6035
ifpi@ifpi.at

Bélgica Belgium
IFPI Belgium
+32 2 779 4174
ifpi@bvf-ifpi.be

Brasil Brazil
ABPD-Associação Brasileira dos Produtores de Discos
www.abpd.org.br
+55 (21) 2512 9908
abpd@abpd.org.br

Bulgária Bulgaria
BAMP (Bulgarian Association of Music Producers)
+359 (2) 963 27 57
office@bamp-bg.org

Canadá Canada
CRIA - Canadian Recording Industry Association
www.cria.ca
+1 (416) 967 7272
info@cria.ca

Chile Chile
IFPI Chile
+56 2 379 3890
mfuentes@ifpichile.cl

Colombia Colombia
ASINCOL - Asociacion Colombiana de Productores de Fonogramas
+57 (1) 612 0350 /0390
webmaster@asincol.org.co

República Tcheca Czech Republic
IFPI - Czech Republic
www.ifpicr.cz
+420 2 2150 7624
ifpicr@ifpicr.cz

Dinamarca Denmark
IFPI Denmark
www.musik.org and www.ifpi.dk
+45 33 63 96 80
ifpi@jschluter.com

Egito Egypt
The Egyptian National Group of IFPI
+20 (2) 391 4706

Finlândia Finland
The Finnish Group of IFPI
www.ifpi.fi
+358 (9) 6803 4050
ifpi@ifpi.fi

França France
SNEP - Syndicat National de l"Edition Phonographique
www.disqueenfrance.com
+33 (1) 4413 6666
caroline.moussier@snepmusique.com

Alemanha Germany
Deutsche Landesgruppe der IFPI e.V.
www.ifpi.de
+49 (40) 589 747 0
verbaende@phono.de

Ghana Ghana
Association of the Recording Industry of Ghana
+233 (21) 775 499 (Citirock)
citirock@africaonline.com.gh

Grécia Greece
Association of Greek Producers of Phonograms
www.ifpi.gr
+30 2 10 68 01 660
agpp@otenet.gr

Hong Kong Hong Kong
IFPI (Hong Kong Group) Ltd
+852 (2865) 5863
main@ifpihkg.org

Hungria Hungary
MAHASZ - Magyar Hanglemezkiadók Szövetsége
www.mahasz.hu
+36 (1) 391 4200
info@mahasz.hu

Islândia Iceland
Icelandic National Group of IFPI
+354 (510) 7100
icc@chamber.is

Índia India
IMI - The Indian Music Industry
www.indianmi.org
+91 22 267 36301/2/3
imiho@vsnl.com

Irlanda Ireland
IRMA (Irish Recorded Music Association)
www.irma.ie
+353 (1) 280 5977
info@irma.ie

Israel Israel
Israel National Group - IFPI
+972 (3) 613 0715 /613 0716
nili@ifpi.co.il

Itália Italy
FIMI - Federazione Industria Musicale Italiana
www.fimi.it
+390 2 795 879
enzo.mazza@fimi.it

Jamaica Jamaica
IFPI Jamaica Group
+1 876 968 6572
revue@kasnet.com

Japão Japan
RIAJ - Recording Industry Association of Japan
www.riaj.or.jp
+81 (3) 3541 4411
riaj@riaj.com

Quênia Kenya
Kenya Association of Producers & Videograms
☎ +254 (2) 573604 /573607/48179
andrews@africaonline.co.ke

Malásia Malaysia
RIM - Recording Industry Association of Malaysia
www.rim.com.my
☎ +603 4042 8188
rimoffice@rim.com.my

México Mexico
AMPROFON - Asociacion Mexicana de Productores de Fonogramas A.C.
☎ +525 281 60 35-38
susanah@amprofon.com.mx

Holanda Netherlands
Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers
www.nvpi.nl
☎ +31 (35) 625 4411
info@nvpi.nl

Nova Zelândia New Zealand
RIANZ - Recording Industry Association of New Zealand
www.rianz.org.nz
☎ +64 9 308 0510
music@rianz.org.nz

Nigéria Nigeria
NIGERIA Nigerian National Group of IFPI
☎ +234 (1) 4967 077
aaponmade@yahoo.com

Noruega Norway
IFPI Norway
www.ifpi.no
☎ +47 (22) 221 788
ifpi.sekretariat@ifpi.no

Polônia Poland
Zwiazek Producentow Audio-Video
www.zpav.pl
☎ +48 (22) 625 69 66
biuro@zpav.pl

Portugal Portugal
Associação Fonográfica Portuguesa
☎ +351 (21) 352 9189 /99/9359
afport@mail.telepac.pt

Arábia Saudita Saudi Arabia
SOREMA - Sound Recordings and Multimedia Association
☎ +966 (1) 463 3312 (Switchboard)
mbakraa@Alfaisaliah.com

Singapura Singapore
Recording Industry Association
www.rias.org.sg
☎ +65 (6220) 4166
info@rias.org.sg

República Eslovaca Slovak Republic
IFPI - Slovak Republic
www.ifpi.sk
☎ +421 (0) 2 5292 3886
ifpi@ifpi.sk

África do Sul South Africa
Recording Industry of South Africa
www.risa.org.za
☎ +27 11 886 1342
david@risa.org.za

Espanha Spain
AFYVE - Associación Fonográfica y Videográfica Española
www.afyve.com
☎ +34 (91) 555 8196
afyve@afyve.com

Suécia Sweden
IFPI Svenska Gruppen
www.ifpi.se
☎ +46 (8) 735 9750
info@ifpi.se

Suíça Switzerland
IFPI Schweiz (Schweizer Landesgruppe der IFPI)
www.ifpi-schweiz.ch
☎ +41 (1) 252 5866
info@ifpi-schweiz.ch

Formosa Taiwan
IFPI Members Foundation in Taiwan
www.ifpi.org.tw
☎ +886 (2) 2718 8818
info@ifpi.org.tw

Tailândia Thailand
Thai Entertainment Content Trade Association (TECA)
☎ +662 203 1002/3
ifpithai@asianet.co.th

Turquia Turkey
Mü-YAP (IFPI Türkiye Milli Grubu)
(Turkish Phonographic Industries Society)
www.mu-yap.org
☎ +90 (212) 292 46 13 /14/15/16
muyap@mu-yap.org

Reino Unido United Kingdom
BPI - The British Phonographic Industry Ltd
www.bpi.co.uk
☎ +44 (020) 7803 1300
general@bpi.co.uk

Estados Unidos United States
RIAA - Recording Industry Association of America Inc.
www.riaa.com
☎ +1 (202) 775 0101

Venezuela Venezuela
APROFON VENEZUELA - Asociacion de Productores Fonograficos de Venezuela
☎ +58 (212) 265 6891
aprofon@hotmail.com

www.ifpi.org
Reino Unido
United Kingdom
54 Regent Street
W1B 5RE
Londres
London
☎ +44 (0)20 7878 7900
+44 (0)20 7878 7950
info@ifpi.org

Associadas ABPD

Member Companies, ABPD

BMG BRASIL

Executivos
Executives

Luiz Oscar Niemeyer
Presidente
President

Guilherme Zattar
Vice-Presidente de Marketing
Vice-President, Marketing

Mauro Scalabrin
Diretor de Vendas
Sales Director

Marcelo Sulima
Diretor Financeiro
Financial Director

Sérgio Bittencourt
Diretor A&R
Director, A&R

Selos
Labels

- Arista
- RCA
- Ariola
- Zomba
- Jive

Imprensa
Press

Ana Paula
Gerente
Manager
ana.paula@bmg.com

Lana Palmer
Atendimento RJ
Recepcion Desk, RJ
lana.palmer@bmg.com

Endereço
Address

BMG Brasil

RIO DE JANEIRO
Av. das Américas, 500 Downtown
Bloco 12
Barra da Tijuca
CEP 22640-100
☎ (+ 55 21) 2483-3000

www.bmg.com.br

SÃO PAULO
Av. Edgar Teotônio Santana, 387 Parte
Barra Funda
CEP 01140-030
☎ (+ 55 11) 3613-7300

Artistas Nacionais e Internacionais
Local and Internacional Cast

NACIONAIS
LOCAL

Adriana Calcanhotto
Adryana e a Rapaziada
Alexandre Pires
Ana Carolina
Bruno e Marrone
Capital Inicial
Chiclete com Banana
Chico Buarque
Daniela Mercury
Dudu Nobre
Elba Ramalho
Eliana
Fábio Jr.
Harmonia do Samba
Lenine
Leonardo
Los Hermanos
Lulu Santos
Maurício Manieri
Pedro & Thiago
Só Pra Contrariar
Swing & Simpatia
Titãs
Wanessa Camargo
Zé Ramalho

INTERNACIONAIS
INTERNATIONAL

*Nsync
Aaron Carter
Alicia Keys
Annie Lennox
Avril Lavigne
Backstreet Boys
Backyard Babies
Britney Spears
Buddy Guy
Busta Rhymes
Christina Aguilera
Dave Matthews Band
Dido
Elvis Presley
Eros Ramazzotti
Five
Foo Fighters
Groove Armada
Justin Timberlake
Kenny G
Lisa Stansfield
Natalie Imbruglia
Nick Carter
O-Town
Outkast
Pink
R. Kelly
Rod Stewart
Santana
The Calling
The Strokes
Usher
Westlife
Whitney Houston
Ziggy Marley

EMI

Executivos
Executives

Marcos Maynard
Presidente
President

Raul Paciello
Vice-Presidente Financeiro
Finance Vice-President

Luiz Bannitz
Vice-Presidente Jurídico e de Business Affairs
Business Affairs Vice-President

Claudio Rabello
Diretor de Marketing Estratégico
Strategical Marketing Director

Claudio Bezerra
Gerente Comercial
Commercial Manager

Marcelo Spinassé
Gerente Comercial
Commercial Manager

Selos
Labels

- Angel
- Blue Note
- Capitol
- Chrysalis
- EMI
- EMI Classics
- Mute
- Parlophone
- Phonomotor
- Priority
- Virgin

Imprensa
Press

SÃO PAULO
Simone Catto
Gerente de Imprensa
Press Manager

Ilma Lobo
Gerente TV
TV Manager

Júnia Oliveira
Gerente de Rádio
Radio Manager

Endereço
Address

EMI Music

RIO DE JANEIRO
Av. Rodolfo de Amoedo, 333
Barra da Tijuca
CEP 22620-350
☎ (+ 55 21) 3433-5600

www.emimusic.com.br

SÃO PAULO
Rua Tabapuã, 1105, 16º andar
Itaim Bibi - São Paulo
CEP 04533-014

Artistas Nacionais e Internacionais
Local and Internacional Cast

NACIONAIS
LOCAL

Aliados 13
Charlie Brown Jr.
É o Tchan
Exaltasamba
Felipe Dylon
Fernanda Abreu
Imagina Samba
Inimigos do HP
Ivan Lins
Jay Vaquer
Jorge Vercilo
Latino
Leela
Legião Urbana
Liah
Marcelo Bonfá
Marisa Monte
Margareth Menezes
Nalanda
Nila Branco
Os Mulekes
Os Paralamas do Sucesso
Rastapé
Rita Lee
Roberta Miranda
Simone
Tianastácia
Tihuana
Toni Francis
Vaguinho

INTERNACIONAIS
INTERNATIONAL

Air
Al Green
Amedeo Mingi
Anita Baker
Beastie Boys
Bem Harper
Blind Guardian
Blue
Blur
Bryan Ferry
Coldplay
Deep Purple
Depeche Mode
Doves
Enigma
Erasure
Everything But The Girl
Flora Purim
Gorillaz
Iron Maiden
Janet Jackson
Joss Stone
Kylie Minogue
Lenny Kravitz
Madredeus
Massive Attack
Moby
N.E.R.D.
Nikka Costa
Norah Jones
Paul McCartney
Pet Shop Boys
Peter Gabriel
Pink Floyd
Placebo
Radiohead
Richard Ashcroft
Richard Marx
Robbie Williams
Rolling Stones
Roxette
Sarah Brightman
Smashing Pumpkins
The Music
The Thrills
The Vines
Tiziano Ferro
Van Morrison
Yanni
Yellowcard

SOM LIVRE

Executivos
Executives

João Araújo
Presidente
President

Eugenio Romaguera
Diretor de Marketing e Vendas
Sales and Marketing Director

Armando Braga
Diretor Financeiro
Financial Director

Hélio Costa Manso
Diretor Artístico
Artistic Director

Dr. Roberto Souto
Consultoria Jurídica
Legal Counsel

Darcio Castro
Gerente Nacional de Vendas
Manager, National Sales

Alexandre van Beeck
Gerente de Marketing
Marketing Manager

André Werneck
Gerente de Repertório
Repertoire Manager

Selos
Labels

- Selos em parceria com as demais gravadoras:
- *Partner labels companies:*

Globo Universal
Globo Columbia
Globo Warner
Globo BMG
Globo EMI
Globo Indie

- Selos em parceria com a TV Globo:
- *In partnership with TV Globo:*

Globo Vídeo

Imprensa
Press

Estela Maura
Divulgação RJ
Marketing, RJ
estelamaura@somlivre.com.br

Bene Alves
Divulgação SP
Marketing, SP
benealves@somlivre.com.br

Endereço
Address

Som Livre

RIO DE JANEIRO
Rua Assunção, 443
Botafogo
CEP 22251-030
☎ (+ 55 21) 2323-3318

www.somlivre.com.br

SÃO PAULO
Rua do Paraiso, 45 6° andar
Paraiso
CEP 04103-000
☎ (+ 55 11) 3016-3520 / 3521

Executivos
Executives

Alexandre Schiavo
Vice-Presidente Senior de Marketing, Vendas e A&R
Senior Vice-President, Marketing, Sales and A&R

Richard Seifert
Vice-Presidente de Administração, Finanças e Operações
Vice-President, Finance and Operations

José Antônio Soares
Diretor de Business Affairs
Business Affairs Director

Marcelo Maron
Diretor de Vendas
Sales Director

Vera Vaz
Diretor Financeiro
Financial Director

Andréa Rebelo
Gerente de Marketing, Columbia/Epic/Chaos
Marketing Manager, Columbia/Epic/Chaos

Roberto Verta
Gerente de Marketing Internacional
Manager, International Marketing

Bruno Batista
Gerente A&R
A&R Manager

Marcus Fabricio
Gerente de Marketing Estratégico
Manager of Strategical Marketing

Imprensa
Press

Cristiane Simões
Supervisora de Imprensa Brasil
Press Supervisor, Brazil
cristiane_simoes@br.sonymusic.com

Endereço
Address

Sony Music

RIO DE JANEIRO
Praia de Botafogo, 300, 12° andar
Botafogo
CEP 22259-900
☎ (+ 55 21) 2559-5200
🗐 (+ 55 21) 2553-1777

SÃO PAULO
Av. das Nações Unidas, 12.995 16° andar conj.161 Brooklin Novo
CEP 04578-000
☎ (+55 11) 5507-2101
🗐 (+ 55 21) 5507-2102

www.sonymusic.com.br

MANAUS / AM
Av. Buriti n° 2.855
Distrito Industrial
CEP 69075-000

Rua Javari n° 1.035
Distrito Industrial
CEP 69075-110

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Ara Ketu
B5
Beto Guedes
Br'oz
Cidade Negra
Djavan
Dominium
Emmerson Nogueira
Frank Aguiar
Frederico e Cristhiano
F.UR.T.O.
Gabriel, O Pensador
Gian & Giovani
Houdini
IRA! (projeto MTV)
Joanna
Jota Quest
KLB
Keops e Raony
Marcelo D2
Padre Marcelo Rossi
Pedro Sol
Pique Novo
Planet Hemp
Roberto Carlos
Rouge
Skank
Vanessa da Mata
Vavá
Vini Max
Zezé Di Camargo & Luciano

UNIVERSAL MUSIC

Executivos
Executives

Jesus Lopes
Presidente
President

José Éboli
Diretor Geral
Director General

Max Pierre
Vice-Presidente de A&R
Vice-President, A&R

Ana Fonseca
Vice-Presidente de Business Affairs
Vice-President, Business Affairs

Luis Fernando Barros
Diretor Financeiro
Financial Director

Marcia Santos
Diretora de Marketing
Marketing Director

Raimundo Assumpção
Diretor de Vendas
Sales Director

Selos
Labels

- American Records
- Ark 21
- Dreamworks
- Interscope / Geffen / A&M
- Island Def Jam
- MCA
- Mercury / Island
- Motown
- Polydor
- Spinefarm
- Stockholm Records
- Surco
- Verve

Imprensa
Press

RIO DE JANEIRO
Isabel Almendra
Gerente/ *Manager*
belinha.almendra@umusic.com

Simone Macdowell
Assistente / *Assistant*
simone.macdowell@umusic.com

SÃO PAULO
Hercília Castro
Supervisora / *Supervisor*
hercilia.castro@umusic.com

Endereço
Address

Universal Music

RIO DE JANEIRO
Av. Érico Veríssimo, 918
Barra da Tijuca
CEP 22621-180
☎ (+ 55 21) 3389-7656
(+ 55 21) 2493-2301

www.universalmusic.com.br

SÃO PAULO
Rua Said Aiachi, 305 Paraíso
CEP 04003-020
☎ (+ 55 11) 3889-5800
(+ 55 11) 3887-3686

Artistas Nacionais e Internacionais
Local and Internacional Cast

NACIONAIS
LOCAL

Alex Cohen
Angélica
Babado Novo
Brava
Caetano Veloso
Chitãozinho & Xororó
Davi Moraes
Engenheiros do Hawaii
Fábio Nestares
Hebe Camargo
Ivete Sangalo
Jorge Bem Jor
Kid Abelha
Luciana Mello
Nando Reis
Negra Li, Helião & Us
Malucus Só
Ney Matogrosso
Netinho
Paula Lima
Raça Negra
Raffa & Cia.
Rio Negro & Solimões
Roupa Nova
Sandra de Sá
Sandy & Junior
Zeca Pagodinho
Zélia Duncan

INTERNACIONAIS
INTERNATIONAL

50 Cent
A Teens
Afroman
Alessandro Safina
Alien Ant Farm
American Hi-Fi
Andre Rieu
Andrea Bocelli
Apocalyptica
Ashanti
B.B. King
Beck
Bee Gees
Bete & Stef
Beth Gibbons & Rustin Man
Bilal
Bjork
Blink 182
Bloodhound Gang
Bon Jovi
Boys II Men
Brian Mcknight
Bryan Adams
Bubba Sparxxx
Café Tacuba
Case
Chet Baker
Children of Bodom
Christina Milan
City High
Crystal Method
D-12
Daniel Bedingfield
De Phazz
Delinquent Habits
Diana Krall
DMX
Dr. Dre
Eagle Eye Cherry
Elton John
Elvis Costello
Eminem
Emma Shaplin
Emmanuel
Enrique Iglesias
Erikah Baduh
Era
Eve
Everlast
Fela Kuti
Femi Kuti
Flint
Foxy Brown
Gabrielle
George Benson
George Michael
George Strait
Godsmack
G-Unit
Guns n'Roses
Hanson
Hear Say
Hellacopters
India.Arie
Ja Rule
Jack Johnson
Jadakiss
Jay Z
Joan Osborne
Jose Feliciano
Johny Cash
Juanes
K-Ci & Jojo
Krystal
Lene
Lifehouse
Lighthouse Family
Limp Bizkit
Lionel Richie
Live
Ludacris
Marilyn Manson
Mark Knopfler
Marti Pellow
Mary J. Blige
Melissa Etheridge
Metallica
Method Man
Michael Mcdonald
Mikaila
Modjo
Molotov
Montel Jordan
Mya
Nana Mouskouri
Natalie Cole
Nelly
Nelly Furtado
New Found Glory
Nightwish
Nine Inch Nails
No Angels
No Doubt
Obie Trice
Orishas
Ozomatli
Papa Roach
Paulina Rubio
PJ Harvey
Portishead
Puddle of Mudd
Queen of the Stone Age
Rachid Tha Rammstein
Rapture
Rebba McEntire
Redman
RES
Roland Gift
Ronan Keating
Rosana
Roy Hargrove
Rufus Wainwright
Ryan Adams
Safri Duo
Saliva
Samantha Mumba
Scissor Sisters
S Club 7
Semisonic
Shaggy
Shania Twain
Sheena Easton
Sheryl Crow
Simply Red
Sisqo
Slayer
Smash Mouth
Sonata Artica
Sonich Youth
Sonique
Sophie Ellis-Bextor
Sting
Sum 41
Suzane Vega
t.A.T.u.
Temptations
Texas
The Black Eyed Peas
The Cardigans
The Cramberries
The Cure
The Isley Brothers
The Mars Volta
The Rasmus
The Roots
Therapy
Trail of the Dead
Tupac
U2
Unkle
US3
Wallflowers
Weezer
Willie Nelson
Zohar
Zucchero

Executivos
Executives

Claudio Antonino Condé
Presidente Warner Music Brasil/ Cone Sul América Latina
Chairman, Warner Music Brazil / President Latin America Southern Region

Gonzalo Cardoner
Diretor Administrativo e Financeiro
Administrative and Finance Director

Tom Capone
Diretor Artístico
Artistic Director

Marcelo Maia
Diretor de Marketing
Marketing Director

Edson Novais
Diretor Comercial
Sales Director

Gian Uccello
Gerente de Marketing Estratégico
Strategic Marketing Manager

Celina Solberg
Gerente de Business Affairs
Business Affairs Manager

Selos
Labels

- WEA
- Continental
- Chantecler
- Phonodisc
- Elektra
- Atlantic
- Warner Bros
- Warner Classics
- EastWest
- Nonesuch
- Holywood Records
- Disney Records
- Curb Records
- Rhino
- Geléia Geral
- Word Entertainment
- Sire Recs

Imprensa
Press

MARKETING NACIONAL
Domestic Marketing
Marco Simões
Gerente/ *Manager*
marco.simoes@warnermusic.com

MARKETING INTERNACIONAL
International Marketing
Alexandre Wesley
Gerente / *Manager*
alexandre.wesley@warnermusic.com

Endereço
Address

Warner Music Brasil

RIO DE JANEIRO
Rua Marquês de São Vicente, 99 - 6° e 7° andares Gávea
CEP 22451-041
☎ (+ 55 21) 3982-3050
(+ 55 21) 2511-1543

www.warnermusic.com.br

SÃO PAULO
Av. Tamboré, 25
Alphaville - Barueri
CEP 06460-916
☎ (+ 55 11) 3345-1450
(+ 55 11) 5505-1526

Artistas Nacionais e Internacionais
Domestic and International Cast

NACIONAIS LOCAL	INTERNACIONAIS INTERNATIONAL		
Amado Batista	Alanis Morissette	KD Lang	Pat Metheny
Barão Vermelho	Alejandro Sanz	Kid Rock	Phil Collins
Daniel	Brandy	Laura Pausini	Red Hot Chili Peppers
Detonautas	Cher	Linkin Park	R.E.M.
Frejat	Enya	Luis Miguel	Rush
Gilberto Gil	Eric Clapton	Madonna	Seal
Gustavo Lins	Fleetwood Mac	Maná	Sean Paul
Kelly Key	Greenday	Matchbox Twenty	Stone Temple Pilots
Maria Rita	Hootie & The Blowfish	Michael Bublé	Sugar Ray
O Rappa	Jet	Michelle Branch	The Corrs
Os Travessos	Jewel	Missy Elliott	The Darkness
Preta Gil	Josh Groban	Nappy Roots	Tracy Chapman
Rick e Renner		New Order	
		Neil Young	
		P.O.D.	

Executivos
Executives

Jaime Câmara Júnior
Presidente
President

Fábio Roriz
Gerente Geral
General Manager

Rodrigo Nunes
Produtor Executivo
Executive Producer

Tereza Turchetto
Assessora Administrativa
Administrative Adviser

Imprensa
Press

Rodrigo Nunes
anhangueradiscos@ojc.com.br

Endereço
Address

Anhangüera Discos
www.ojc.com.br

GOIÂNIA
Rua Tomas Edson, Quadra 07
Setor Serrinha
CEP 74835-130
☎ (+ 55 62) 250-1350
(+ 55 62) 250-1304
(+ 55 62) 250-1313
anhangueradiscos@ojc.com.br

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Adalto Bento Leal
Andrade e Hamilton Carneiro - Trova, Prosa e Viola
Baladas Goianas - Ricardo Leão
Canto da Gente
Cowboy do Asfalto 99
Fernando Perillo
Geraldinho, André e Higor e Hugo
Irmãs Freitas
Juraildes da Cruz
Kelly e Thiago
Marcelo Barra
Marco Anthoniny
Marcos e Fernando
Nilton Rabello
Noites Goianas - O Show
Noites Goianas - O Show 2
O Melhor de João Caetano
Pr. César Augusto
Racyne e Rafael

Executivos
Executives

Harry Zuckermann
Presidente
President

Rodolfo Zuckermann
Presidente
President

Betina Zuckermann
Gerente de Produto
Product Manager

Paulo Van Erven
Diretor Comercial
Commercial Director

Imprensa
Press

Diretoria
Board of Directors
diretoria@cid.com.br

Geral
General
cid@cid.com.br

Endereço
Address

CID Entertainment

www.cid.com.br

RIO DE JANEIRO
Rua 7 de Março, 331
Bonsucesso
CEP 21043-900
☎ (+ 55 21) 3884-3838
(+ 55 21) 2561-3838

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Alaíde Costa
Bezerra da Silva
Claudette Soares
Claudia Telles
Genival Lacerda
Grupo Raça
Leandro Braga
MPB-4
Orquestra Tabajara
Paulinho Tapajós
Pery Ribeiro
Quarteto em Cy
Wanda Sá e Menescal
Wilson das Neves

Executivos
Executives

Liber Gadelha
Presidente
President

Alexandre Martins
Vice-Presidente/Marketing
Marketing, Vice-President

Jorge Lopes
Diretor Comercial
Commercial Director

Marcos Kilzer
Diretor Indie Publishing / Novos Negócios
Indie Publishing & New Business, Director

Lenora Girafa
Diretora - Administrativo Financeiro
Financial & Administrative, Director

Anete Rubim
Assessora - Business Affairs
Business Affairs, Counselor

Jorge Maurell
Gerente A&R/ Produção
A&R/ Production, Manager

Maria Creusa Meza
Licenciamento/ Autorização
License & Clearances

Selos
Labels

- Central Reggae
- Music Arte
- Regata Music
- T-Rec

Imprensa
Press

Eulalia Figueiredo
Gerente de Imprensa
Press Manager
eulalia.figueiredo@indie.com.br

Endereço
Address

Indie Records

RIO DE JANEIRO
Rua Mena Barreto, 29
Botafogo
CEP 22271-100
☎ (+ 55 21) 2537-0505

www.indierecords.com.br

SÃO PAULO
Av. Angélica 2.503 Conjunto 71 / 74
Higienópolis
CEP 01227-200
☎ (11) 3159-1233 /3159-3469 /3237-2797
(11) 258-4332

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Alceu Valença
Alcione
César e Paulinho
Dany e Diego
DJ Maluco
Eliana Printes
Emílio Santiago
Erasmo Carlos
Fagner
Forróçacana
Gal Costa
Grupo Fundo de Quintal
Jorge Aragão
Karla Sabah
Leci Brandão
Léo Maia
LS Jack
Luiza Possi
Luiz Melodia
Manimal
Mariana Davies
Marlon e Maicon
Neguinho da Beija-Flor
Netinho de Paula
Planta e Raiz
Reginaldo Rossi
Sukhoi
Teodoro & Sampaio
Tiken Jah Fakoli
Tribo de Jah
Trio Nordestino
Vander Lee
Vinny

Microservice

Executivos
Executives

Isaac Hemsi
Diretor Comerial/Industrial
Industrial and Commercial Director

Roberto Hemsi
Diretor Financeiro
Financial Director

Sérgio Alhadeff
Diretor Administrativo
Administrative Director

Cibele Fonseca
Gerente de Marketing
Marketing Manager

André Luiz Martines
Gerente de Produção de Discos Ópticos
Production Manager

Jorge Luiz da Rocha Freitas
Gerente de Apoio Tecnológico
Technological Support Manager

Amauri Blanco
Diretor - Unidade Manaus
Director - Manaus Unit

Giuseppe Tedeshi
Gerente Geral - Unidade Manaus
General Manager - Manaus Unit

Imprensa
Press

Rosa Arrais Comunicação e Assessoria
Rosa Arrais
rosa.arrais@webcable.com.br
☎ (+ 55 11) 3672-3531

Endereço
Address

Microservice Tecnologia Digital S.A.
www.microservicedigital.com

SÃO PAULO
Rua Jacofer, 479 Jardim Pereira Leite
CEP 02712-070

☎ (+ 55 11) 3959-1300
(+55 11) 3959-1293/94
sim@microservicedigital.com.br

Sono press

Executivos
Executives

Raul Joseph
Presidente
President

Paulo Gomes
Diretor Comercial
Commercial Director

Bruno Raffaelli Junior
Diretor Industrial
Industrial Director

Fernando Talocchi
Diretor Financeiro
Financial Director

Wagner Sampietro
Gerente de Vendas
Sales Manager

Imprensa
Press

Camila Oviedo Sautchuck
Assistente de Marketing
Marketing Assistant
camila.sautchuck@sonopress.com.br

Endereço
Address

Sonopress Rimo Ind. e Com. Fonográfica Ltda.
www.sonopress.com.br
SÃO PAULO
Rua Dr. Edgar Teotônio Santana, 351
Barra Funda
CEP 01140-030
☎ (+ 55 11) 3613-7300
(+ 55 11) 3611-3364

Executivos
Executives

Mafran Dutra
Presidente
President

Mauro Macedo
Diretor
Director

Maurício Soares
Gerente Comercial
Commercial Manager

Beno César
Diretor Artístico
Artistic Director

Imprensa
Press

Márcia Gonçalves
Divulgação RJ
Marketing RJ
marciagoncalves@linerecords.com.br

Raquel Modesto
Divulgação SP
Marketing SP
raquelmodesto@linerecords.com.br

Endereço
Address

Line Records
www.linerecords.com.br
RIO DE JANEIRO
Rua General Gustavo Cordeiro de Farias, nº 84
Benfica
CEP 20910-220
☎ (+ 55 21) 2566-0000

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Adilson Silva
Alex Filho
Beno César
Bruna Mello
Dalvan
Donizete
Edilson Maia
Ednaldo Mendes
Erlon
Eduardo Cardozo
Francisco De Assis
Gerson Cardozo
Gisele Nascimento
Isis Regina
J. Neto
Jamily
Kades Singers
Leonardo Sullivan
Leonor Machado
Mara Maravilha
Marcelo Brayner
Mauricéa
Pâmela Suellen
Tino

Executivos
Executives

Yvelise de Oliveira
Presidente
President

Marina de Oliveira
Diretora Artística
Director, A&R

Cristina Xisto
Diretora Administrativa
Administrative Director

Carlos Knust
Gerente Comercial
Sales Manager

Comunicação e Imprensa
Communication and Press

Alomara Carvalho
alomara@mkpublicita.com.br

Laudeli Leão
laudelileao@mkpublicita.com.br

Endereço
Address

MK Publicitá
www.mkpublicita.com.br
www.mknews.com.br
RIO DE JANEIRO
Rua Gotemburgo, 211 São Cristóvão
CEP 20941-080
☎ (+ 55 21) 3891-9300

Artistas Exclusivos
Cast

SOLISTAS FEMININOS
Alda Célia
Aline Barros
Bruna Karla
Cassiane
Cristiane Carvalho
Eyshila
Fernanda Brum
Jozyanne
Léa Mendonça
Liz Lanne
Marina de Oliveira
Pamela
Rozeane Ribeiro

SOLISTAS MASCULINOS
Alex Gonzaga
Déio Tambasco
Kleber Lucas
Marco Aurélio
Marquinhos Gomes
Marquinhos Menezes
PG
Ronaldo Bezerra

BANDAS E GRUPOS
Comunidade Evangélica de Nilópolis
Comunidade Internacional da Zona Sul
Ellas
Fruto Sagrado
Igreja Batista Nova Jerusalém
Ministério Koinonya de Louvor
Novo Som
Oficina G3
Quatro Por Um
Voices

DUPLAS
Cassiane e Jairinho
Rayssa e Ravel

DISTRIBUIÇÃO
Comunidade Cristã de Goiânia
(Louvor Congregacional)

Igreja Batista em Barra de Imbuí
(Louvor Congregacional)

Consciência & Verdade
(Hip Hop)

Paulinas COMEP

Executivos
Executives

Maria Toda
Presidente
President

M.T. Konzen
Coordenadora
Coordinator

T.M. Dambros
Marketing
Marketing

Imprensa
Press

Geral
Company e-mail
comep@paulinas.org.br

Imprensa
Press
comepmarketing@paulinas.org.br

SAC Serviço de Atendimento ao Cliente
☎ 0800 7010081
comep@paulinas.org.br

Endereço
Address

Paulinas
www.paulinas.org.br

SÃO PAULO
Rua Botucatu, 171 Vila Clementino
CEP 04023-060
☎ (+ 55 11) 5088-7966
(+ 55 11) 5571-0500

Artistas
Cast

NACIONAIS
LOCAL

Adriana
André Luna
Antonio Cardoso
Banda Bom Pastor
Banda do Céu
Banda Magnificat
Beto e Betinho
Cantores de Deus
Celina Santana
Celso Pixinga
Comunidade Recado
Dra. Núbia
Elaine Cristina
Emmanuel
Eudóxia de Barros
Fábio de Melo
Jazz 6
João Collares
Jorge Trevisol
Jonny
José Acácio Santana
Juliana de Paula
Ghislaine Cantini
Grupo Agnus Dei
Grupo Chamas
Grupo Kaskata
Maninho
Maria José Carrasqueira
Marquinho e Gilbert
Martin Valverde
Newton Helinton
Norma Holtzer e Mariana Thaís Secondo
Pe. João Carlos
Pe. Joãozinho, scj
Pe. Reginaldo Carreira
Pe. Zezinho, scj
Roney Marczak e Christian Ruvolo
Sílvio Brito
Tawane e Vinícius
Theo de Barros
Trio Ir ao Povo
Toninho Carrasqueira
Vida Reluz
Walmir Alencar
Ziza Fernandes
Zé Martins
Zé Vicente

gradiente

Executivos
Executives

Eugênio Emílio Staub
Presidente
President

Richard Staub
Vice-Presidente
Vice-President

Moris Arditti
Vice-Presidente de Novos Negócios
New Projects Vice-President

Dante Iacovone
Vice-Presidente de Telecomunicações
Telecom Vice-President

Imprensa
Press

Renata Zveibel
renataz@a4com.com.br
☎ (+ 55 11) 3088-4122

Endereço
Address

Gradiente
www.gradiente.com

SÃO PAULO
Rua Dr. Fernandes Coelho, 64 S
CEP 05423-040
☎ (+ 55 11) 3097-7000

TOP TAPE

Executivos
Executives

José Sobrinho Rosemblit
Presidente
President

Célia Rosemblit
Diretora
Director

Endereço
Address

Top Tape
www.toptape.com.br

RIO DE JANEIRO
Av. Olegário Maciel, 135 - Cobertura
Barra da Tijuca
CEP 22621-200
☎ (+55 21) 2493-4457
(+55 21) 2494-3459
vendas@toptape.com.br

SÃO PAULO
Francisco Matarazzo, 404 - 6° andar
CEP 05001-000
☎ (+55 11) 3668-6903

GEMA

Endereço
Address

Gema Gravadora e Editora Ltda
www.gemagravadora.com.br

SÃO PAULO
Rua General Osório, 222 3° andar Sala 32
Santa Efigênia
CEP 01213-000
☎ (+55 11) 3331-8330
gema@gemagravadora.com.br
gemagravadora@uol.com.br

Certificados Emitidos ABPD

Certification Awards, ABPD

Certificados emitidos em 2003

CD Ouro/Gold

ADRIANA CALCANHOTO
Cantada

ALEXANDRE PIRES
Estrela Guia

BRITNEY SPEARS
In The Zone

BRUNO & MARRONE
Sonhos, Planos, Fantasias

DIDO
Life for Rent

LEONARDO
Brincadeira tem hora

LEONARDO
Te Amo Demais

PINK
M!SSUNDAZTOOD

ROD STEWART
As Time Goes By...
The Great American Songbook 2

ROD STEWART
It Had to Be You...
The Great American Songbook

WANESSA CAMARGO
Wanessa Camargo

CHARLIE BROWN JR.
Acústico MTV

CHARLIE BROWN JR.
Nadando com os tubarões

COLDPLAY
A rush of blood to the head

EXALTASSAMBA
Bons Momentos

IRON MAIDEN
Rock in Rio Live

NORAH JONES
Come away with me

ROXETTE
The Ballad Hits

ROXETTE
The Pop Hits

THE ROLLING STONES
Forty Licks

TEODORO & SAMPAIO
Mulher Chorona

CRISTINA MEL
Um Toque de Amor

ÍSIS REGINA
Águas Cristalinas

GERSON CARDOZO
Eterno Amor

GERSON CARDOZO
Ninguém te amou assim

MARA MARAVILHA
Deus de Maravilhas

SÉRGIO LOPES
O Sétimo

VÁRIOS
As canções preferidas do Bispo Macedo - Vol. II

Issues of Sales Awards 2003

CD Ouro/Gold

ALDA CÉLIA
Voar como Águia

CASSIANE
A Cura

CASSIANE E JAIRZINHO
Cada instante de nós dois

FERNANDA BRUM
Quebrantado Coração

OFICINA G3
Humanos

AUDIOSLAVE
Audioslave

BR'OZ
Br'oz

CPM 22
Chegou a hora de recomeçar

EMMERSON NOGUEIRA
Emmerson Nogueira ao Vivo

EMMERSON NOGUEIRA
Versão Acústica - Vol. II

EVANESCENCE
Fallen

JOTA QUEST
Discotecagem Pop Variada

JOTA QUEST
MTV Ao Vivo

KLB
KLB 2002

PADRE MARCELO ROSSI
Anjos

PADRE MARCELO ROSSI
Maria Mãe do Filho de Deus

PEARL JAM
Rio Act

PIQUE NOVO
Pique Novo - Ao Vivo 10 anos

ROBERTO CARLOS
Pra Sempre

ROBERTO CARLOS
Roberto Carlos 2002

ROUGE
C'Est La Vie

SKANK
Cosmotron

SYSTEM OF A DOWN
Toxicity

ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
Zezé di Camargo & Luciano - 2003

Sony Music

Certificados emitidos em 2003

CD Ouro/Gold

JORGE VERCILO
PERFIL - Jorge Vercilo
GLOBO - EMI

VÁRIOS
Celebridades

VÁRIOS
Malhação Nacional

VÁRIOS
Mulheres Apaixonadas

ZÉ RAMALHO
PERFIL - Zé Ramalho
GLOBO - COLUMBIA

ZECA BALEIRO
PERFIL - Zeca Baleiro
GLOBO/MZA

BON JOVI
Bounce

MARIAH CAREY
Charmbracelet

METALLICA
St. Anger

RAÇA NEGRA
Samba Jovem Guarda

RIO NEGRO & SOLIMÕES
Na Sola da Bota

SANDY & JUNIOR
Identidade

ZECA BALEIRO
Líricas

ZECA PAGODINHO
Zeca Pagodinho Ao Vivo MTV

AMADO BATISTA
Eu Te Amo

DANIEL
20 Anos de Carreira - Ao Vivo

ERIC CLAPTON
One More Car, One More Rider

FREJAT
Amor Pra Recomeçar

LED ZEPPELIN
How the West Was Won

LINKN PARK
Meteora

MADONNA
American Life

MARIA RITA
Maria Rita

RED HOT CHILLI PEPPERS
Greatest Hits

SCORPIONS
Acoustica

VÁRIOS
Die Another Day

VÁRIOS - ORIGINAL SOUNDTRACK
Duets

Issues of Sales Awards 2003

DVD Ouro/Gold

BMG BRASIL

ADRIANA CALCANHOTTO
Público

CHICO BUARQUE
Chico Buarque - As Cidades

ELBA / ZÉ RAMALHO / GERALDO AZEVEDO
O Grande Encontro 3

GAL COSTA
Gal Costa canta Tom Jobim

LULU SANTOS
Lulu Santos Acústico MTV

ROD STEWART
IT HAD TO BE YOU... The Great American Songbook

EMI

CHARLIE BROWN JR.
Acústico MTV

NORAH JONES
Live in New Orleans

TRIBALISTAS
Tribalistas

Indie Records

JORGE ARAGÃO
Jorge Aragão Convida - ao vivo

SOM LIVRE

XUXA
Xuxa Só Para Baixinhos 1

XUXA
Xuxa Só Para Baixinhos 2

Sony Music

GEORGE MICHAEL
Ladies & Gentlemen

JOTA QUEST
MTV

ROUGE
Rouge

ROGER WATERS
In the flesh live

PINK FLOYD
The Wall

SADE
Live

UNIVERSAL MUSIC

ELTHON JOHN
One Night Only

KID ABELHA
Acústico MTV Kid Abelha

NEY MATOGROSSO
Ney Matogrosso - ao vivo

JORGE BEN JOR
Acústico MTV - Jorge Ben Jor

VÁRIOS
Um barzinho, um violão AO VIVO

CHER
Live in Las Vegas

DANIEL
Daniel ao vivo - Segunda Edição

DANIEL
20 anos de carreira - Ao Vivo

GILBERTO GIL
Unplugged

LED ZEPPELIN
DVD

PHIL COLLINS
Live & Loose in Paris

MADONNA
Drowned World Tour

MANÁ
MTV Unplugged

MARIA RITA
Maria Rita

PHIL COLLINS
Serious Hits... Live

SCORPIONS
Acoustica

SIMPLY RED
Live in London

Certificados emitidos em 2003

CD Platina/Platinum

AVRIL LAVIGNE
Let Go

LEONARDO
Brincadeira tem hora

LEONARDO
Te Amo Demais

ROD STEWART
It had to be you... The Great American Songbook

ROD STEWART
As Time Goes By... The Great American Songbook 2

THE CALLING
Camino Palmero

CHARLIE BROWN JR.
Acústico MTV

EXALTASAMBA
Exaltasamba ao vivo

JORGE VERCILO
Elo

NORAH JONES
Come Away With Me

ALCIONE
Alcione - ao vivo

VÁRIOS
Malhação Nacional

VÁRIOS
Mulheres Apaixonadas

BR'OZ
Br'oz

CREED
Weathered

JOTA QUEST
MTV AO VIVO

PADRE MARCELO ROSSI
Anjos

ROBERTO CARLOS
Roberto Carlos 2002

ROUGE
C'est La Vie

SKAKIRA
Laundry Service

ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
Zezé di Camargo & Luciano - 2003

NIRVANA
Nirvana

RPM
MTV RPM 2002

SANDY & JUNIOR
Ao Vivo no Maracanã

ZECA PAGODINHO
Acústico MTV Zeca Pagodinho

ALANIS MORISSETTE
Under Rug Swept

LAURA PAUSINI
Te best of Laura Pausini (e ritorno da te)

LINKIN PARK
Hybrid Theory

LINKIN PARK
Meteora

MARIA RITA
Maria Rita

O RAPPA
Instinto Coletivo ao vivo

Issues of Sales Awards 2003

CD Platina Duplo/Double Platinum

AVRIL LAVIGNE
Let Go

LEONARDO
Te Amo Demais

BMG BRASIL

VÁRIOS
Mulheres Apaixonadas

SOM LIVRE

ROBERTO CARLOS
Pra Sempre

ROBERTO CARLOS
Roberto Carlos 2002

SKANK
MTV Ao Vivo Skank

ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
Zezé Di Camargo & Luciano - 2002

ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
Zezé di Camargo & Luciano

Sony Music

KID ABELHA
Acústico MTV Kid Abelha

ZECA PAGODINHO
Deixa a vida me levar

UNIVERSAL MUSIC

DANIEL
Um Homem Apaixonado

MARIA RITA
Maria Rita

RED HOT CHILLI PEPERS
By the Way

CD Platina Triplo/Triple Platinum

TRIBALISTAS
Tribalistas

EMI

POPSTARS
Popstars

Sony Music

CÁSSIA ELLER
Acústico MTV Cássia Eller

UNIVERSAL MUSIC

CD Diamante/Diamond

TRIBALISTAS
Tribalistas

EMI

Certificados emitidos em 2003

DVD Platina/Platinum

BMG BRASIL

DIVERSOS INTÉRPRETES
25 Years of #1 Hits: Arista 25th

LULU SANTOS
Lulu Santos Acústico MTV

EMI

CHARLIE BROWN JR.
Acústico MTV

TRIBALISTAS
Tribalistas

Indie Records

JORGE ARAGÃO
Jorge Aragão - Ao Vivo Convida

Sony Music

PINK FLOYD
The Wall

ROUGE
Rouge

SKANK
MTV ao Vivo Ouro Preto

ZEZÉ DO CAMARGO & LUCIANO
Zezé di Camargo & Luciano

UNIVERSAL MUSIC

CHITÃOZINHO & XORORÓ
Chitãozinho & Xororó - 30 anos de Coragem

KID ABELHA
Acústico MTV Kid Abelha

RITA LEE
Acústico MTV - Rita Lee

SANDY & JUNIOR
Quatro Estações - O Show

ZECA PAGODINHO
Acústico MTV Zeca Pagodinho

DANIEL
Daniel ao Vivo - Segunda Edição
Warner Music

LED ZEPPELIN
DVD
Warner Music

MARIA RITA
Maria Rita
Warner Music

TITÃS
Acústico
Warner Music

DVD Diamante/Diamond

EMI

MARISA MONTE
Memórias Crônicas e Declarações de Amor
EMI Music

Ficha Técnica

Acknowledgments

Edição, Redação e Coordenação
Publishing, Editing, and Coordination
Edna Calheiros

Colaboração
Cooperation
Flávia Gonçalves
Francisca Passos

Projeto Gráfico
Grafic Design
Silvia Azevedo

Tradução
Translation
Cristina Otálora

Fotolito
Photolithography
Rainer

Impressão
Printing
Gráfica MCE