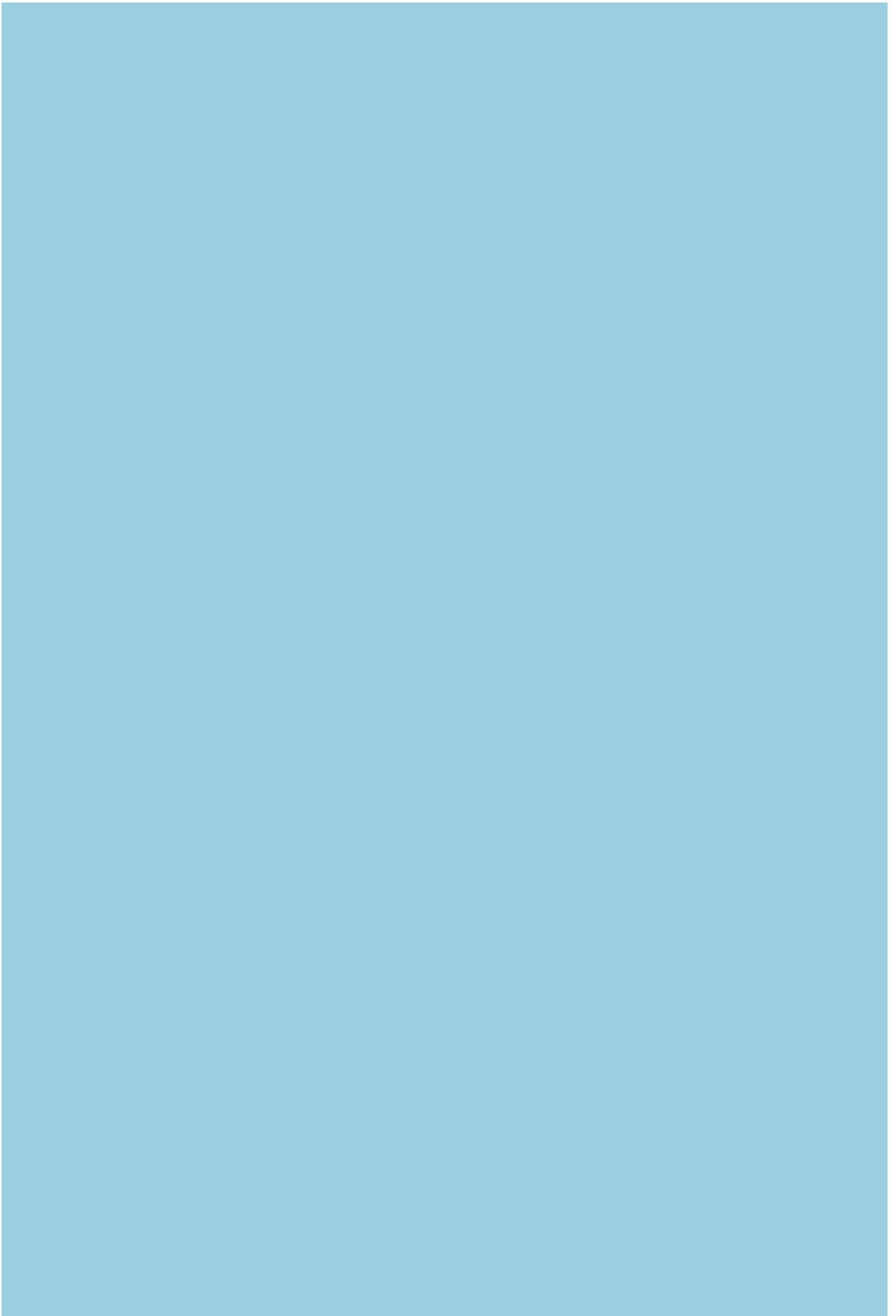


Mercado Brasileiro de Música

Brazilian Music Market

2004



Mercado Brasileiro de Música

Brazilian Music Market

2004

2005. 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 2004

Rio de Janeiro, 2005. 82 p.

TÍTULO

Catalogue Card

ABPD - Annual Publication of the Recording Market 2004

Rio de Janeiro, 2005. 82 p.

TITLE

ABPD

Associação Brasileira dos Produtores de Discos

Brazilian Association of Record Producers

SEDE - HEADQUARTERS

☒ Rua Marquês de São Vicente, 99 - 1º andar
Gávea 22451-041 Rio de Janeiro RJ Brasil

☎ (+ 55 21) 2512-9908

☎ (+ 55 21) 2259-4145

✉ abpd@abpd.org.br

🌐 <http://www.abpd.org.br>

Apresentação

Foreword

Pelo quinto ano consecutivo a ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos apresenta seu relatório anual sobre o mercado fonográfico brasileiro.

A publicação Mercado Brasileiro de Música apresenta as principais informações sobre o mercado fonográfico brasileiro e o mundial em 2004. Além de inserir nesta edição também, entre outras informações: dados estatísticos do setor, incluindo o combate à pirataria, pesquisas de mercado, com perfis do consumidor de música no Brasil, e informações sobre as companhias associadas a ABPD.

O anuário Mercado Brasileiro de Música 2004 vem dar continuidade ao projeto da ABPD de cada vez mais disponibilizar informações sobre o setor fonográfico. Essa publicação, que se encontra à disposição dos associados e demais profissionais ligados ao setor musical, mostra o trabalho que vem sendo desenvolvido pela Associação, que visa o desenvolvimento do mercado fonográfico no Brasil e o melhor conhecimento do mesmo por parte dos meios de comunicação, dos próprios profissionais do mercado, estudantes e público em geral.

The Brazilian Association of Record producers - ABPD is glad to publish its 5th annual report on the Brazilian music market.

The publication "Brazilian Music Market" contains relevant information on the Brazilian and global phonographic markets for 2004. This year's edition also includes statistics, information on the fight against piracy, market research, consumer profiles in Brazil as well as information on trade body ABPD company members.

The annual publication "Brazilian Music Market 2004" is instrumental in making available information on the phonographic sector. The publication is available to member companies and other professionals in the music area, and evidences the work carried out by the Association in its attempt to develop the phonographic market in Brazil and help the mass media, market practitioners, students and the public in general to ensure better understanding of the music market.

Sumário

Summary

Mercado Fonográfico Mundial Global Music Market	05
Mercado Fonográfico Brasileiro Brazilian Phonographic Market	17
Pesquisa de Mercado Market Research	23
Pirataria Mundial World Piracy	31
Pirataria no Brasil Piracy in Brazil	39
Certificados Emitidos ABPD Certification Awards, ABPD	49
Associadas ABPD Member Companies, ABPD	63
Institucional IFPI/ABPD Corporate Information, IFPI/ABPD	77
Créditos Acknowledgements	83

1

Mercado Fonográfico Mundial

Global Music Market

Mercado Fonográfico Mundial

Global Music Market

As vendas mundiais de música gravada permaneceram sem maiores alterações em 2004, com uma ligeira queda nas vendas de áudio em formatos físicos, que por sua vez foram compensadas com vendas crescentes de vídeos musicais em DVD e um acentuado crescimento nas vendas de música digital. No âmbito regional, o ano de 2004 apresentou bons resultados em alguns mercados como o dos Estados Unidos e do Reino Unido e uma taxa decrescente em outros mercados importantes.

As vendas globais de música gravada (áudio e vídeo) no varejo, apresentaram pequena queda, sendo de 0,4% em termos de unidades e 1,3% em termos de valor, totalizando US\$ 33,6 bilhões movimentados pelo setor em 2004.

Nos formatos de áudio, as vendas de música tiveram queda de 2,6% em termos de valor, enquanto as de vídeos musicais em DVD aumentaram 23,2% em valores, duplicando a sua parcela nas vendas mundiais de 4% para 8%, o que totalizou a movimentação de US\$ 2,6 bilhões. As vendas, em valores, de singles e cassetes, caíram 15,6% e 36% respectivamente.

As pequenas variações negativas observadas acima foram compensadas, entretanto, pelo crescimento expressivo das vendas legítimas de downloads pela Internet e de true tones por telefonia móvel, como veremos a seguir.

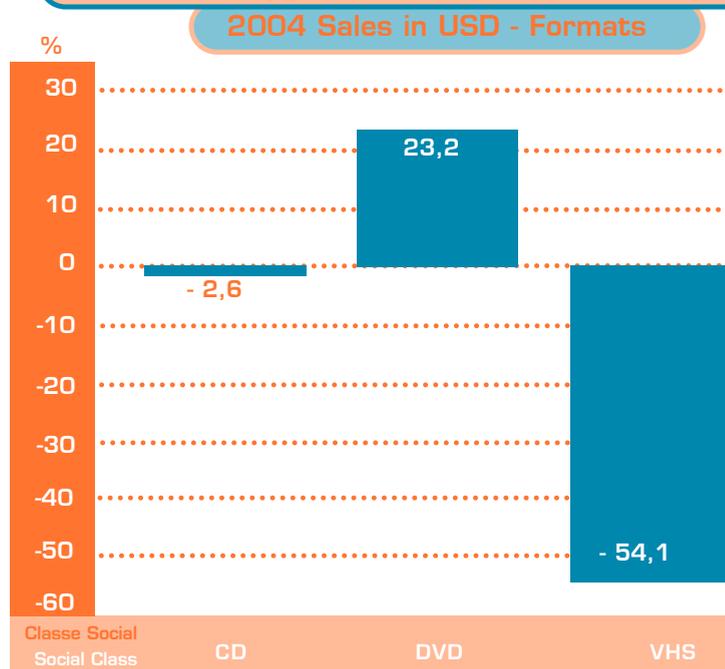
Global Sales of recorded music were flat in 2004, with a slight reduction in physical audio sales offset by growing sales of DVD music videos and a sharp increase in sales of digital music. Regionally, 2004 saw good results in some markets such as the US and UK and a slowing decline in other major markets.

Global retail sales of recorded music (audio+video) dropped slightly by 0.4% in terms of units and 1.3% in terms of value, top US\$ 33.6 billion in 2004.

Audio formats fell 2.6% in terms of value, while DVD music video sales rose 23.2% in values, therefore doubling its share in world sales from 4% to 8%, worth US\$ 2.6 billion dollars. In terms of values, sales of singles and cassettes dropped 15.6% and 36% respectively.

The negative slight variations were nevertheless offset by the expressive growth in the sale of legitimate downloads and mobile truetones, as we will see in the following pages.

Vendas 2004 por formatos em valores US\$



Fonte: Franceschini Source: Franceschini

As vendas de álbuns de artistas de primeira linha contrariaram vários anos de queda. As vendas dos 10 melhores álbuns no âmbito global cresceram 14%, enquanto o valor de venda dos 50 álbuns mais vendidos aumentou 8%. Oito álbuns venderam mais de cinco milhões de cópias mundialmente em 2004, enquanto em 2003 somente cinco álbuns alcançaram esse nível de vendas. Os álbuns que atingiram essa marca em 2004 foram:

- Confessions - Usher
- Feels Like Home - Norah Jones
- Encore - Eminem
- How To Dismantle An Atomic Bomb - U2
- Under My Skin - Avril Lavigne
- Greatest Hits - Robbie Williams
- Greatest Hits - Shania Twain
- Destiny Fulfilled - Destiny's Child

Em se tratando das vendas digitais, 2004 foi o ano que demonstrou ter tido a melhor performance durante os últimos cinco anos. As vendas digitais cresceram de maneira exponencial, e o número de faixas baixadas em 2004 (incluindo downloads de álbuns inteiros) aumentou em mais de 10 vezes durante o ano, alcançando a marca de 200 milhões de faixas baixadas nos quatro mercados digitais mais importantes (Estados Unidos, Reino Unido, França e Alemanha). A tendência continua em 2005 e, as vendas digitais nos Estados Unidos subiram mais do que o dobro, quando comparadas com o mesmo período de 2004.

Porém, o quadro global é muito diversificado, já que a pirataria física e na Internet continua deprimindo as vendas nos principais mercados, especialmente na Europa Continental e em partes da Ásia.

Sales of top artist albums reversed several years of decline. Top 10 albums sales globally rose by 14%, while the top 50 albums were up 8% in value. Eight albums sold more than five million copies in 2004, up from five albums in 2003. Top selling albums in 2004 were:

- Confessions - Usher
- Feels Like Home - Norah Jones
- Encore - Eminem
- How To Dismantle An Atomic Bomb - U2
- Under My Skin - Avril Lavigne
- Greatest Hits - Robbie Williams
- Greatest Hits - Shania Twain
- Destiny Fulfilled - Destiny's Child

Digital sales in 2004 showed the best performance in the last five years. Digital sales rose exponentially, with the total number of tracks downloaded in 2004 (including album tracks) up more than tenfold on 2003, to over 200 million in the four major digital music markets (US, UK, France, Germany) The trend continued in 2004, with digital sales in the US in the first two months more than double that of the same period in 2004.

However, the picture globally is very mixed, with online and physical piracy continuing to depress sales in major markets, particularly in Continental Europe and parts of Asia.

Os 10 mercados mais importantes do mundo, em valores US\$

Top 10 markets - Retail Value

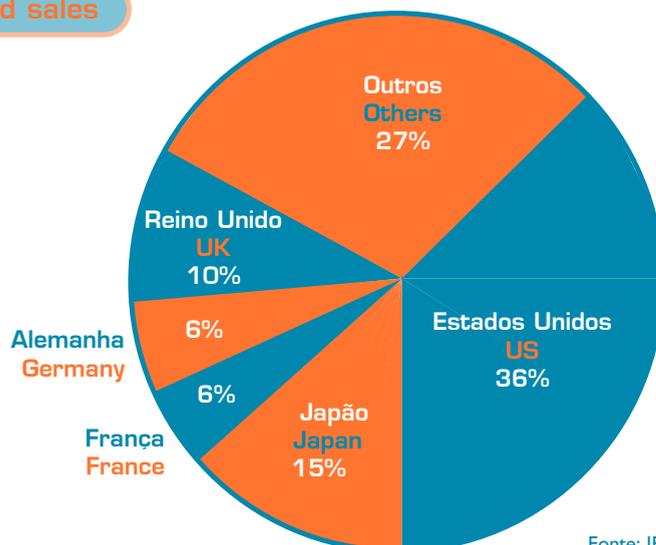
PAÍS COUNTRY	US\$ MILHÕES US\$ MILLION	% VARIÇÃO ANUAL % YEARLY VARIATION
1 Estados Unidos US	12.153	+ 2,6
2 Japão Japan	5.168	- 1,8
3 Reino Unido UK	3.509	- 1,6
4 Alemanha Germany	2.149	- 4,2
5 França France	1.979	- 14,8
6 Austrália Australia	717	- 6,1
7 Canadá Canada	694	- 4,7
8 Itália Italy	652	- 7,9
9 Espanha Spain	573	- 12,5
10 Holanda Netherlands	508	- 7,4
10 Mercados 10 Markets	28.102	- 1,9

Participação Mundial 83,6 %
Top 10 % of World

Fonte: IFPI Source: IFPI

Participação mundial dos principais mercados (%)

Top markets % of world sales



Fonte: IFPI Source: IFPI

Os principais mercados do mundo

Top World Markets

O ano de 2004 apresentou um dos melhores resultados anuais conseguidos pela indústria fonográfica mundial em cinco anos. Esse resultado é considerado reflexo de certos fatores positivos, como: recuperação econômica, repertório de forte sucesso e avanços nos setores on-line e de celulares. Incluindo as vendas digitais, o mercado de música gravada permaneceu uniforme.

Porém, as tendências variaram muito entre os países. Nos Estados Unidos e no Reino Unido, aumentaram as vendas de CDs, enquanto que no Canadá, Alemanha e Japão a taxa de declínio verificada nos últimos anos decresceu muito significativamente. França, Espanha e Suécia

experimentaram quedas bruscas no mercado, atribuídas à pirataria na Internet e ao fraco desempenho das vendas no varejo, em termos gerais. Também observou-se queda na Austrália, Itália e Holanda, tendo o ritmo de crescimento das vendas de DVDs musicais decrescido nesses países.

2004 saw the best year-on-year trend in global music sales for five years. Sales figures portray the result of several positive issues, such as economic growth, strong releases and growing sales in the online and mobile phone segments. Including digital sales, sales of recorded music were flat during the year.

However, trends currently present lots of differences among countries. CD sales rose in the US and in the UK, while markets such as Canada, Germany and Japan showed a significant decline. France, Spain and Sweden showed drastic drops due to Internet piracy and to slow sales in the retail sector, in general terms. Sales also dropped in Australia, Italy and the Netherlands, with reduction in DVD music sales in these countries.

Estados Unidos

United States

Os Estados Unidos continuam exercendo um grande impacto nas vendas mundiais, detendo 36% do mercado global em 2004. Os EUA tiveram um crescimento de 2,6% em unidades e em valores. As vendas no "varejo tradicional" aumentaram 4,4% em termos de unidades e 3,3% em termos de valor, mas, estas cifras foram afetadas, por quedas agudas nos mercados de venda direta e especial (vendas de clubes de discos).

Nos EUA, o crescimento foi causado por uma série de acontecimentos, incluindo o fortalecimento da economia e o sucesso alcançado por vários lançamentos.

The US market continues to impact world sales, representing 36% of the global music market in 2004. US sales grew 2.6% in terms of units and values. Traditional retail sales rose 4.4% in terms of units and 3.3% in terms of values. However, this trend was impacted by severe falls in the direct and special sales markets (sales to music clubs).

Sales growth in the US was the result of a series of situations, including economic growth and the success achieved by a number of music releases.

Japão

Japan

As vendas no Japão caíram 1,8% em termos de valor, sendo isto uma melhora considerável em comparação aos anos recentes. O Japão tem experimentado um declínio a longo prazo, tendo sido afetado pelas consequências da situação econômica em baixa, do crescimento desenfreado das cópias em CD-Rs e da pirataria digital. Anteriormente, mais do que nenhum outro país, o Japão se orientava para o mercado dos menores de vinte anos, já que este grupo abocanhava 2/3 das vendas de CDs em 1998. Porém, nos últimos anos, a população nesta faixa etária tem experimentado uma queda, já que dirigiu o seu interesse para outros tipos de lazer, especialmente os telefones celulares.

Sales in Japan declined by 1.8% in value terms, although this figure represents a significant improvement when compared to recent years. Japan has experienced a long-term drop in sales, as a result of the economic decline, the blatant growth in CD-R piracy and also in online piracy. Traditionally, the Japanese music market focused the musical preferences of music lovers of up to 20 year olds, as this age group consumed two thirds of CD sales in 1998. However, this age sector has showed a decline in recent years, as their interests are now focusing other entertaining alternatives, mainly mobile phones.

Reino Unido

United Kingdom

As vendas de música no Reino Unido cresceram em termos de unidades no último ano. A grande quantidade de oferta de produtos para os consumidores explica o fortalecimento do mercado britânico, com os lançamentos chegando a 26 mil álbuns por ano.

Somente os EUA superam o Reino Unido em termos de lançamento (aproximadamente 33 mil títulos por ano). Os produtos que agregam valor (com faixas interativas ou de vídeo) também aumentaram, estimulando o mercado. Em 2004, 12 álbuns com material agregado figuraram entre os 20 melhores durante a semana anterior ao Natal.

As vendas de repertório nacional no Reino Unido também vem prosperando ano a ano, com 13 dos 20 álbuns mais vendidos no país, em 2004, sendo de artistas do Reino Unido.

Music sales grew in the UK in terms of units during the last year. The large amount of products available to consumer explains the strengthening of the British market, with 26,000 album releases per year.

Only the US beat the UK in terms of releases (approximately 33,000 new titles per year). The market was also fuelled by add-value products (with interactive or video tracks) which also showed sales increases. In 2004, 12 albums including add-value material were included among the top-20 in the week before Christmas.

Local repertoire sales in the UK are also growing year after year, and 13 out of the best-selling 20 albums in 2004 were from UK acts.

Alemanha

Germany

As vendas na Alemanha caíram 4,2% em valores, sendo este o decréscimo de vendas mais modesto em três anos. A taxa decrescente de queda nas vendas reflete um maior otimismo no mercado alemão, alimentado pelo sucesso contínuo dos vídeos musicais em DVD e o declínio no download ilícito. O fenômeno da cópia de CDs através de CD-Rs, que afetou de maneira perversa o mercado alemão nos últimos quatro anos, parece que já alcançou o seu nível mais alto. A quantidade de CDs copiados pelos consumidores em 2004 permaneceu - em termos gerais - praticamente igual aos números de 2003, registrando 327 milhões de unidades, esta quantidade é mais do que o dobro do número de CDs vendidos.

França

France

O mercado francês experimentou em 2004 uma queda pelo segundo ano consecutivo, de 14,8% (valores). Este período de declínio que se alastra por dois anos aparece após um período de bom crescimento impulsionado pelo repertório local. A pirataria na Internet apresentou um impacto significativo, junto com o rápido crescimento da banda larga nos lares, que aumentou de 7% em 2002 para 20% em 2004. Mas ainda não está claro se a queda no mercado francês é temporária ou se indica o começo de um período de declínio mais longo, já que a maioria dos valores correspondentes à queda de 2004 são do primeiro semestre.

Austrália

Australia

A Austrália experimentou em 2004 uma queda de 6,1% em valores e unidades, após um ano de forte crescimento. Um ambiente crescentemente competitivo no setor de varejo no lazer e um crescimento significativo no interesse pela banda larga, que possibilita o download ilícito, foram os fatores mais importantes que afetaram as vendas. O volume de vendas de CDs caiu 5%, em consequência do resultado do declínio dos melhores vendedores, sendo que a compra dos 50 álbuns mais vendidos caiu 6%. Observou-se também uma queda de 7% no setor de vídeo musical em DVD. Porém, o formato tem grande potencial de crescimento e continua sendo prioritário para as companhias fonográficas.

Music sales in Germany fell 4.2% in value terms, this being the most modest decline in three years. The decreasing figures portrays more optimism in the German market, fuelled by the on-going success of DVD music videos and the decline in illicit downloads. CD-R illicit copying, which so perversely affected the German market in the last four years, seems to have achieved its highest marks, though. The number of CDs reproduced by consumers in 2004 remained flat - in general terms - vis-à-vis 2003 figures, with 327 million units copied, this number more than doubling the number of CDs sold.

France continued a downward trend of 14.8% in terms of values for the second consecutive year. These two years of decline follow good times of growth aided by local repertoire. Internet piracy, which rose 7% in 2002 to 20% in 2004, had a significant impact in sales. However, it is not clear yet whether the drop in sales in the French market is temporary or if on the contrary it represents the onset of a longer decline period, as most values in the 2004 decline apply to the first half of the year.

Australia saw a decrease in sales of 6.1% in 2004 in terms of values and units, after a year of sustained growth. A highly competitive environment in the entertainment retail market and a significant growth in the interest for broad-band, which in turn facilitates illicit downloading, were the most relevant factors affecting sales. Sales of CDs fell 5%, as a consequence of the drop in sale of the best selling titles, while the purchase of the 50 top-selling albums dropped by 6%. There was also a drop in 7% in the DVD music video segment. However, the format has great perspectives for growth and continues to be a priority item for the recording industry.

Canadá

Canada

Existem também sinais de recuperação no mercado canadense, já que as vendas cresceram 2,9% em termos de unidades, embora tenham apresentado uma queda de 4,7% em valores. Os lançamentos fortes tais como Shania Twain, Eminem, Green Day, U2 e Usher - e também o sucesso de vários artistas franco-canadenses - contribuíram para o crescimento de 3,2% nas vendas de CDs. Assim como nos Estados Unidos, o Canadá teve melhores vendas de repertório inédito - as vendas dos 10 álbuns mais vendidos em 2004 superaram em 3% as de 2003.

There are also signals of recovery in the Canadian market, as sales rose by 2.9% in terms of units, although there was a decline of 4.9% in terms of values. Strong releases such as Shania Twain, Eminem, Green Day, U2 and Usher - in addition to the success achieved by several French-Canadian acts, contributed to the growth of 3.2% in CD sales. Similarly to the US, Canada's sales of new releases improved - and the 2004 sales of the top 10 best selling albums surpassed 3% 2003 figures.

Itália, Espanha e Holanda

Italy, Spain and the Netherlands

Esses países apresentaram quedas significativas nas vendas em 2004. Em valores (US\$) as quedas registradas foram de 7,9% na Itália, de 12,5% na Espanha e de 7,4% na Holanda.

These countries showed noticeable drops in their 2004 sales. In terms of values (in USD) the decline was 7.9% in Italy, 12.5% in Spain and 7.4% in the Netherlands.

Top 20 Mundial de CDs - 2004 (em unidades)

The 2004 Top 20 CD Albums (in units)

ARTISTA Artist	ÁLBUM Album	GRAVADORA Company
1. Usher	Confessions	Sony BMG
2. Norah Jones	Feels Like Home	EMI
3. Eminem	Encore	Universal
4. U2	How To Dismantle An Atomic Bomb	Universal
5. Avril Lavigne	Under My Skin	Sony BMG
6. Robbie Williams	Greatest Hits	EMI
7. Shania Twain	Greatest Hits	Universal
8. Destiny's Child	Destiny Fulfilled	Sony BMG
9. Guns N' Roses	Greatest Hits	Universal
10. Maroon 5	Songs About Jane	Sony BMG
11. Green Day	American Idiot	Warner
12. Black Eyed Peas	Elephunk	Universal
13. Britney Spears	Greatest Hits: My Prerogative	Sony BMG
14. Gretchen Wilson	Here For The Party	Sony BMG
15. Anastacia	Anastacia	Sony BMG
16. Nelly	Suit	Universal
17. Ashlee Simpson	Autobiography	Universal
18. D-12	D-12 World	Universal
19. Utada Hikaru	Utadas Hikaru Single Collection Vol. I	EMI
20. Kenny Chesney	When The Sun Goes Down	Sony BMG

Fonte: IFPI Source: IFPI

Resumo Regional

Regional Summary

Região Region	Varição - Unidades Unit Change	Varição - Valor Value Change	US\$ Bilhões \$US Billion
América do Norte North America	+ 2,6 %	+ 2,2%	12,8
Europa Europe	- 1,6 %	- 5,4%	12,3
União Européia EU	- 3,1 %	- 6,6%	11,2
Ásia Asia	- 3,7 %	- 1,8%	6,2
Ásia (excluindo Japão) Asia (excl. Japan)	- 4,9%	- 2,0%	1,1
América Latina Latin America	+ 9,2%	+ 12,6%	1,0
Australásia Australasia	- 5,8%	- 6,2%	0,8
Oriente Médio Middle East	- 13,3%	- 0,7%	0,1
Total Total	- 0,4%	- 1,3%	33,6

Fonte: IFPI Source: IFPI

América Latina

Latin America

As vendas de música na América Latina se beneficiaram da recuperação econômica, dos esforços contra a pirataria e do sucesso nas vendas de DVDs musicais, todos estes itens contribuíram para a recuperação de mercado registrada em 2004 na região.

A América Latina cresceu 9,2% em unidades e 12,6% em valores movimentados, o maior registro regional de crescimento, a nível mundial, apresentado em 2004. A pirataria comercial, porém, continua sendo um grande problema para a região, alcançando níveis superiores a 50% em cada país.

O mercado brasileiro cresceu aproximadamente 17% em termos de valor, retomando a 12ª posição no ranking mundial, ultrapassando o México, que ficou em 13ª colocação. O crescimento no Brasil teve forte influência do sucesso dos vídeos musicais em DVD, com um incremento de 101% em termos de valor, representando em 2004 26% do mercado total.

O mercado no México cresceu 8,7% em termos de valor. As vendas crescentes foram estimuladas pelos indicadores econômicos positivos junto com fortes lançamentos de artistas estabelecidos, tais como: Luis Miguel, Alejandro Fernandez, Intocables e Paulina Rubio, além de fortes vendas de repertório local de companhias independentes.

Latin American music sales benefited from economic recovery, anti-piracy efforts and strong DVD music video sales, and all these circumstances contributed to the recovery of the market throughout 2004 in the region.

Latin American sales rose by 9.2% in terms of units and 12.6% in terms of values, this being the highest regional growth record worldwide for 2004. Commercial piracy, however, remains a huge problem at a level of more than 50% in every market.

The Brazilian market grew approximately 17% in terms of values, placing itself again 12th in the world rank, leaving Mexico behind, i.e. 13th in the global rank. The Brazilian growth was highly impacted by the success achieved by DVD music video sales, with a rise of 101% in terms of value, this figure representing (for 2004) 26% of the total market.

Music sales in Mexico rose 8.7% in terms of values. Growing sales were fuelled by positive economic indicators aided by strong releases of established artists, namely Luis Miguel, Alejandro Fernandez, Intocables and Paulina Rubio, in addition to excellent sales of local repertoire owned by independent companies.

O mercado na Argentina foi duramente castigado pela crise econômica que se alastrou pelo país durante 2000-2002. A recuperação começou em 2003 e continuou em 2004 com um crescimento de mercado de 33,5% em termos de valor. Os CDs representam 90% das vendas e embora o mercado de DVDs musicais tenha demonstrado crescimento, a penetração dos aparelhos para DVD é ainda pequena.

The Argentinean music market was heavily affected by the 2000-2002 local economic crises. Signs of recovery started to appear in 2003 and continued in 2004 with a rate grow of 33.5% in terms of values. CD sales represent 90% of sales and although DVD sales have shown some growth, DVD player penetration is still inexpressive

Mercado Mundial de DVDs Musicais

Os vídeos musicais em DVD continuaram registrando expressivo crescimento em 2004 no balanço mundial das vendas, com o aumento de 24% em termos de unidades e de 23,2% em termos de valores.

O formato, que ainda apresenta forte potencial de crescimento, duplicou os valores vendidos em dois anos, indo de 4% das vendas em 2002 para 8% em 2004, com vendas globais alcançando os US\$ 2,6 bilhões.

Entre os 10 maiores mercados do mundo na venda do formato de DVDs musicais, em valores, o Brasil, com a 7ª posição no ranking (no ano passado estava em 9º lugar), é o País que apresenta a maior participação local do formato, com 26% do mercado nacional sendo representado por vendas de DVDs musicais.

World Music DVD Market

Global sales of music DVD continued to show expressive growth in 2004, as they rose 24% in terms of units and 23.2% in terms of values.

The format still portrays a strong potential for growth, and has doubled their share of the world music market from 4% in 2002 to 8% in 2004 - with a value of US\$2.6 billion dollars.

Brazil is among the 10 top world markets in terms of values regarding sales of music DVDs, and is 7th in the global rank (while last year was 9th). In addition, the format represents in the Brazilian market the highest market share, as sales of music DVDs represent 26% of the local market.

Os 10 mercados mais importantes no formato de DVDs musicais, em valores

Top 10 Music Video Markets in terms of values

	PAÍS COUNTRY	% VARIÇÃO ANUAL % ANNUAL VARIATION	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO LOCAL LOCAL MARKET SHARE	PARTICIPAÇÃO DE MERCADO GLOBAL GLOBAL MARKET SHARE
1	Japão Japan	6%	11%	23%
2	EUA US	52%	5%	22%
3	Alemanha Germany	14%	9%	8%
4	França France	8%	9%	7%
5	Reino Unido UK	37%	5%	7%
6	Holanda Netherlands	8%	22%	4%
7	Brasil Brazil	101%	26%	4%
8	Austrália Australia	-7%	11%	3%
9	Canadá Canada	5%	10%	3%
10	Espanha Spain	72%	9%	2%

Fonte: IFPI
Source: IFPI

Os títulos de DVD mais vendidos no mundo em 2004

"Greatest Hits" - Live Aid

2004 Best selling DVD title worldwide

"Greatest Hits" - Britney Spears

"Live At Wembley" - Beyonce Knowles

"Queen on Fire: Live At The Bowl" - Queen

"Go Home: Live From Slane Castle" - U2

Fonte: IFPI
Source: IFPI

As vendas digitais, em termos mundiais, apresentaram crescimento exponencial em 2004 com o lançamento de vários serviços importantes para o setor, tais como: iTunes, Napster e alguns localizados nacionalmente.

A quantidade de serviços digitais no mundo quadruplicou em 2004, chegando a 230, com mais de 150 serviços disponíveis somente na Europa. Os catálogos musicais disponíveis também cresceram expressivamente, duplicando para mais de um milhão de faixas nos principais serviços.

Os EUA continuam sendo o líder global em termos de vendas de downloads, com mais de 142,6 milhões de faixas adquiridas em 2004, de acordo com uma pesquisa da SoundScan, a tendência de crescimento continua em 2005. As faixas baixadas nos Estados Unidos, durante os primeiros dois meses de 2005, alcançaram a cifra de 43,9 milhões de unidades, mais do dobro se comparado com mesmo período de 2004, quando foram baixadas 16,7 milhões de faixas. As vendas nos três maiores mercados europeus, Reino Unido, Alemanha e França, totalizaram aproximadamente 15 milhões de faixas em 2004 - a partir praticamente de zero no ano anterior.

A IFPI publicou o seu Relatório de Música Digital em janeiro de 2005, fornecendo todas as informações e análises do mercado digital de música em 2004 (disponível em www.ifpi.org).

Digital sales, in world terms, rose exponentially with the launching of several significant services for the segments, such as iTunes, Napster and some local services too.

Global digital services quadrupled to over 230 in 2004, and more than 150 services are available only in Europe. Available music catalogue has doubled expressively in 12 months to 1 million songs in the main services.

The United States continue to be the global leader in terms of download sales, with more than 142.6 million tracks bought in 2004, and according to a survey carried out by SoundScan this trend will continue in 2005. Music downloads in the US during the first two months of 2005 totaled 43.9 million units, more than doubling the 16.7 million tracks downloaded during the same period in 2004. Sales in the three largest European markets, the UK, Germany and France totaled approximately 15 million tracks in 2004 - up from practically zero the year before.

The IFPI published its 2005 Digital Music Report in January 2005, providing full information and analysis on the digital music market for 2004 (available in www.ifpi.org).

Mercado Fonográfico Brasileiro

Brazilian Music Market

Mercado Fonográfico Brasileiro

Em 2004, as vendas de música no Brasil apresentaram crescimento, após períodos de quedas acentuadas, apesar de a indústria continuar a enfrentar problemas como a pirataria comercial e a troca ilegal de arquivos.

O mercado brasileiro de música movimentou em 2004 cerca de R\$ 706 milhões, valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no País à Associação Brasileira dos Produtores de Discos - ABPD, o que representa um crescimento (em valores) de 17% em comparação com o ano de 2003.

Já em unidades vendidas, o aumento foi da ordem de 18% em relação a 2003, com um total de cerca de 66 milhões de unidades. As estatísticas apresentadas no relatório compreendem os números de vendas de CDs, DVDs e VHSs musicais, contabilizados os produtos promocionais / "premium" comercializados com finalidade de promoção, sem venda direta ao consumidor.

Segundo a Associação este desempenho pode ser atribuído ao aumento das vendas de DVDs, que cresceram mais de 100% só no último ano, enquanto as vendas de CDs musicais, através do varejo tradicional, subiram 2,9%. Esse resultado é visto pelo setor mais como uma recuperação do mercado, que havia caído 17% no ano de 2003, do que como um real crescimento da indústria musical no Brasil.

The Brazilian Music Market

Music sales in 2004 saw growth in Brazil after some period of drastic fall and in spite of the continuous problems the industry has to tackle caused by commercial piracy and illicit file-sharing.

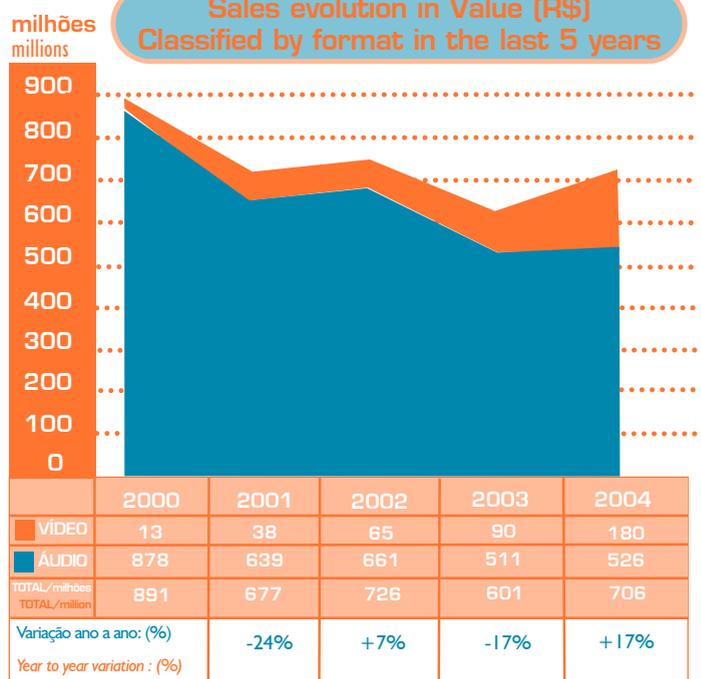
The Brazilian music market was worth approximately R\$ 706 million in 2004. This was the value disclosed by the major companies in their reports to the Brazilian Association of Phonogram Producers (ABPD), the trade-body of the local recording industry. The aforementioned value represents a growth (in value) of 17% when compared to 2003 figures.

In terms of units sold, the increase was 18% when compared to 2003, totaling 66 million units. The statistics reported include sales figures for music CDs, DVDs and VHS, also comprising promotional/premium products which are marketed and sold for specific purposes and not in the retail market.

According to the ABPD, the growth experienced was caused by the increase in DVD sales, which rose more than 100% last year, whilst sales of music CDs in the traditional retail market rose 2.9%. The industry sees this as a sign of market recovery rather market growth, taking into consideration that the market had declined by 17% in 2003.

Evolução das vendas em valores (R\$) dividida por formatos, nos últimos cinco anos

Sales evolution in Value (R\$) Classified by format in the last 5 years



Fonte: ABPD Source: ABPD

Ano Year	Vendas Totais (R\$ milhões) Total Sales (R\$ millions)	Unidades Totais Total Units
2000	891	94
2001	677	72
2002	726	75
2003	601	56
2004	706	66
Variação (2003/2004)	17 %	18%

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

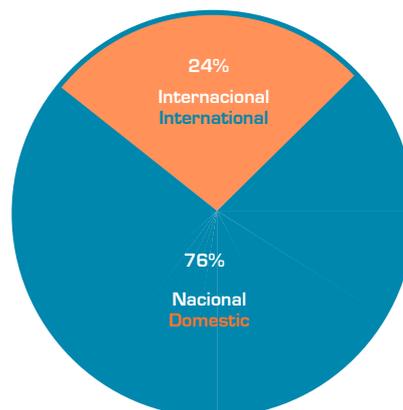
Source: ABPD (figures reported by the local major companies)

As vendas de música no Brasil continuam apresentando uma forte presença do repertório nacional quando observamos que 76% das unidades vendidas em 2004 (áudio + vídeo) foram de produtos nacionais, mesmo patamar do ano anterior e um dos mais altos do mundo para participação de repertório local.

Music sales in Brazil continue to evidence a solid presence of the domestic repertoire, as 76% of units sold in 2004 (audio + video) are of local product. This reproduces the previous year's picture, one of the highest rates of penetration of local repertoire

Vendas totais por repertório (áudio e vídeo) em unidades

Total sales by repertoire (audio and video) - Units



Fonte: ABPD
Source: ABPD

Formatos

Formats

Quando se abre o resultado do balanço de 2004 pelos segmentos de Áudio (CD, Single e LP) e Vídeo (DVD e VHS), observamos os desempenhos a seguir para setor o musical brasileiro.

These are the figures resulting from the breakdown of the 2004 report vis-à-vis Audio (CD, Singles & LP) and Video (DVD & VHS) formats:

Áudio

Audio

No segmento áudio a performance do mercado fonográfico brasileiro em 2004, comparada a 2003, apresentou um pequeno crescimento de 2,9% em valores faturados (R\$ 526 milhões) e de 13% * em unidades líquidas vendidas, o que representa 59 milhões de unidades líquidas (venda bruta menos devoluções). Desse total, 79% das vendas (em unidades) correspondem a produtos nacionais, contra 21% de internacionais.

There was a slight growth in the audio segment of the Brazilian music market in 2003, when compared to 2003 data, in terms of values invoiced (R\$ 526 m) and 13% * in net units sold (i.e. gross sales less returns). From that total, 79% of sales (in units) correspond to national repertoire and 21% to international repertoire.

Ano	Vendas Totais de Áudio (R\$)	Unidades Áudio
Year	Audio Total Sales	Audio Total Units
2000	878 milhões	93 milhões
2001	639 milhões	70 milhões
2002	661 milhões	72 milhões
2003	511 milhões	52 milhões
2004	526 milhões	59 milhões
Variação (2003/2004)	Variation 2,9%	13% *

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

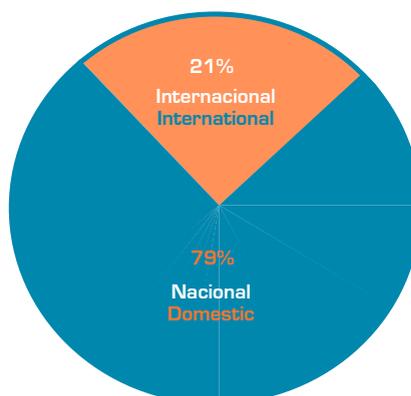
Source: ABPD (values reported by the majors)

* O crescimento, em unidades, das vendas de áudios por canais tradicionais foi de 2,8%, devendo-se os 13% acima registrados serem em função da inclusão de unidades de vendas pontuais de produtos promocionais / "premium".

* The growth in traditional sales was 2.8% - in units - the percentage indicated below (13%) correspond to sale of premiums

Vendas de áudio por repertório - 2004 em unidades

Audio sales by repertoire - 2004 units



Fonte: ABPD
Source: ABPD

Vídeo

Video

Quanto aos vídeos musicais, que representaram em 2004 cerca de 26% (contra 15% em 2003) do total das vendas da indústria (em valores faturados), o mercado esteve bem acima da média mundial de crescimento do setor, apresentando no ano passado uma variação positiva de 101% em valores, com cerca de R\$ 180 milhões movimentados, e de 107% em unidades, o que representa 7,3 milhões de unidades vendidas.

Music video sales are estimated at 26% of the 2004 total sales (15% in 2003) in terms of values invoice. The market was therefore well above the world growth average, showing a positive variation of 101% in terms of values worth R\$ 180 m, and 107% in units worth 7.3 m copies sold.

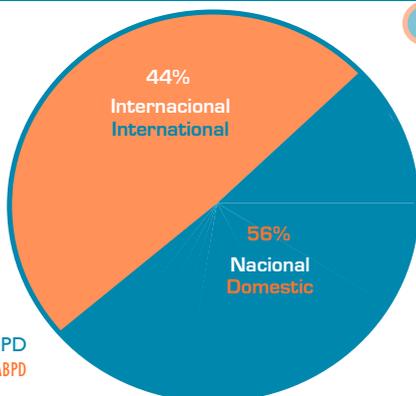
Ano Year	Vendas Totais de Vídeo Video Total Sales (million)	Unidades de Vídeo Video Total Units
2000	13 milhões	0,5 milhões
2001	38 milhões	1,6 milhões
2002	65 milhões	2,9 milhões
2003	90 milhões	3,5 milhões
2004	180 milhões	7,3 milhões
Variação (2003/2004)	101 %	107%

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

Source: ABPD (values reported by the majors)

Vendas de vídeo por repertório em unidades - 2004

2004 Video sales by repertoire - Units



Fonte: ABPD
Source: ABPD

Desse total 56% correspondeu a venda de unidades nacionais, um aumento de 14 pontos percentuais com relação ao ano de 2003, quando a venda em unidades nacionais atingiu 42% do total.

From the total reported 56% corresponds to domestic units, representing an increase of 14% vis-à-vis 2003 figures, when unit sales reached 42% of total sales

As 20 obras mais executadas nas rádios - 2004

The Top 20 songs in Brazilian radios - 2004

TÍTULO DA OBRA Title	REFERENCIA AUTORAL Authorship	INTERPRETE Performer	GRAVADORA Recording Company
Enquanto Houver Sol	Sérgio Britto	Titãs	BMG
Vou Deixar	Chico Amaral/Samuel Rosa	Skank	SONY
Você Me Vira A Cabeça	Chico Roque/Paulo Sérgio Valle Zenith	Alcione	INDIE
Flor do Reggae	Fabio O'Brion/Ivete Sangalo/Gigi	Ivete Sangalo	UNIVERSAL
Encostar na Tua	Ana Carolina	Ana Carolina	BMG
Nosso Amor É Ouro	Zé Henrique	Zezé Di Camargo & Luciano	SONY
Amor e Sexo	Arnaldo Jabor/Rita Lee/Roberto Zenobio	Rita Lee	ROJÃO/EMI
Carta Branca	Beto Caju/Marquinho Maraiãl	Araketu	SONY
Porta Aberta	Luka	Luka	GREEN SONGS
Quer Casar Comigo	Alex Culin/Valtinho Jota	Netinho	INDIE
Deixa	Bruno/Vinicius	Bruno & Marrone	BMG
Vai Dar Namoro	Chico Amado/Dede Badaro	Bruno & Marrone	BMG
Amor Maior	Marcio Buzelin/Marcos Túlio/Paulinho Fonseca/P/Rogério Fausino	Jota Quest	SONY
Evidências	José Augusto/Paulo Sérgio Valle	Daniel	WARNER
Sorte Grande	Lourenço	Ivete Sangalo	UNIVERSAL
Pra Mudar a Minha Vida	Pisca/Cesar Augusto	Zezé Di Camargo & Luciano	SONY
Hey Ya	Dre/Anderson Ian	Outkast	BMG
Pra Sempre	Pisca/Cesar Augusto	Zezé Di Camargo & Luciano	SONY
Por Você	Maurício Barros/Mauro Santa Cecília/Frejat	Sorriso Maroto	DECK DISC
Eu Sei Que Te Perdi	Cezar Augusto/Guy Antony/Raquel Cardoso/Robert Peter	Leonardo	BMG

Fonte: ECAD Source: ECAD

Produtos mais vendidos - 2004

Best selling products - 2004

Além dos expressivos percentuais de venda de música nacional, que são observados nesse capítulo, também vale ressaltar que, em 2004, tanto nos 20 títulos mais vendidos de CDs como nos de DVDs musicais, somente quatro são internacionais, o que mais uma vez confirma a contínua vocação do mercado brasileiro para a produção e consumo de música nacional.

In addition to the expressive sales rates of domestic music portrayed in these pages, we wish to highlight that in 2004, from the 20 best selling CD albums and DVD albums, only four of them are of international performers, and this once more affirms the on-going vocation of the Brazilian market for the production and consumption of local music.

Os 20 CDs mais vendidos - 2004

Top 20 Best Selling CDs - 2004

ARTISTA Artist	ÁLBUM Album	GRAVADORA Company
1. Leonardo	Leonardo Canta Grandes Sucessos	Sony BMG
2. Bruno & Marrone	Inevitável	Sony BMG
3. Ivete Sangalo	MTV Ao Vivo	Universal Music
4. Bruno & Marrone	Ao Vivo	Sony BMG
5. Vários	Malhação Internacional 2004	Som Livre
6. Legião Urbana	Como é Que Se Diz Eu Te Amo	EMI Music
7. U2	How To Dismantle an Atomic Bomb	Universal Music
8. Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 5	Som Livre
9. Teodoro & Sampaio	Mulher Chorona Ao Vivo	Indie Records
10. Legião Urbana	Mais do Mesmo	EMI Music
11. Ara Ketu	O Melhor do Ara Ketu	Som Livre
12. Zeca Pagodinho	MTV Ao Vivo	Universal Music
13. Rionegro & Solimões	De Bem Com a Vida Ao Vivo	Universal Music
14. Vários	Senhora do Destino Internacional	Som Livre
15. Vários	Novelas Temas Italianos	Som Livre
16. Jota Quest	MTV Ao Vivo	Sony BMG
17. Alcione	Faz Uma Loucura Por Mim	Indie Records
18. Daniel	Em Qualquer Lugar do Mundo	Warner Music
19. Legião Urbana	As Quatro Estações Ao Vivo	EMI Music
20. Paralamas do Sucesso	Uns Dias Ao Vivo	EMI Music

Fonte: ABPD
Source: ABPD

Os 20 DVDs mais vendidos - 2004

Top 20 Best Selling DVDs - 2004

ARTISTA Artist	ÁLBUM Album	GRAVADORA Company
1. Ivete Sangalo	MTV Ao Vivo	Universal Music
2. U2	How To Dismantle an Atomic Bomb	Universal Music
3. Bruno & Marrone	Ao Vivo	Sony BMG
4. Zeca Pagodinho	MTV Ao Vivo	Universal Music
5. Xuxa	Xuxa Só Para Baixinhos 5	Som Livre
6. Roberto Carlos	Pra Sempre - Ao Vivo no Pacaembu	Sony BMG
7. Linkin Park	Live In Texas	Warner Music
8. Evanescence	Anywhere But Home	Sony BMG
9. Fundo de Quintal	Ao Vivo	Indie Records
10. U2	Go Home	Universal Music
11. Alcione	Faz Uma Loucura Por Mim	Indie Records
12. O Rappa	O Silêncio Que Precede o Esporro	Warner Music
13. Chiclete Com Banana	Chiclete Na Caixa, Banana No Cacho	Sony BMG
14. Jorge Aragão	Da Noite Pro Dia - Ao Vivo	Indie Records
15. Zezé Di Camargo & Luciano	Zezé Di Camargo & Luciano	Sony BMG
16. Teodoro & Sampaio	Ao Vivo Convida	Indie Records
17. Beth Carvalho	A Madrinha do Samba - Ao Vivo Convida	Indie Records
18. Zezé Di Camargo & Luciano	Ao Vivo Na Estrada	Sony BMG
19. Daniel	20 Anos de Carreira - Ao Vivo	Warner Music
20. Rionegro & Solimões	De Bem Com a Vida Ao Vivo	Universal Music

Fonte: ABPD
Source: ABPD

3

Pesquisa de Mercado

Market Research

Pesquisa de Mercado

Market Research

Desde 2001 a Associação Brasileira dos Produtores de Discos monitora, via Instituto Franceschini de Análises de Mercado, o perfil do consumidor brasileiro de música, apresentando seus traços mais relevantes.

A pesquisa do último ano entrevistou aproximadamente 800 pessoas nas nove principais cidades do País: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Fortaleza, Recife e Brasília. Essas regiões juntas representam 73% do mercado consumidor brasileiro. A margem de erro máxima da pesquisa é de 3,5%. A coleta de dados foi realizada no 1º trimestre de 2005.

Esse ano além de apresentar o perfil do consumidor de CDs a publicação traz também, de forma inédita, o perfil do consumidor de DVDs musicais no Brasil em 2004, em função do aumento expressivo nas vendas desse formato.

Year after year since 2003, the ABPD has been monitoring the profile of the Brazilian music consumer. The research/survey, comprising the most significant data, is being conducted by the Franceschini Institute.

In last year's survey approximately 800 people interviewed in the 9 largest cities in the country: Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Fortaleza, Recife and Brasília. These regions, altogether, represent approximately 73% of consumers in Brazil. The highest margin for error of the survey is 3.5%. Data collection was conducted during the first quarter in 2005.

This year's survey, in addition to providing the CD consumer profile the publication also encompasses for the first time the DVD consumer profile in Brazil for 2004, in response to the significant increase in DVD sales.

Perfil do consumidor de CDs

CD consumer profile

O consumidor de CDs no Brasil vem mantendo suas características nos últimos anos. Segundo o levantamento do Instituto Franceschini a maioria dos consumidores brasileiros de CDs originais é de classe média, tem ensino médio concluído e está na faixa dos 18 aos 35 anos.

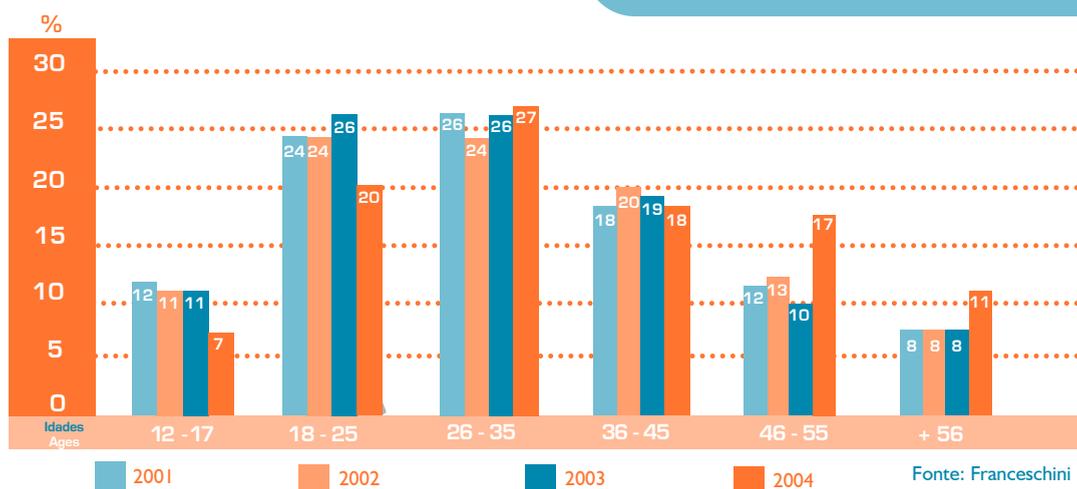
CD buyers in Brazil continue to portray the same characteristics reported in past years. Therefore, according to the survey conducted by Instituto Franceschini most Brazilian CD buyers belong to middle class, have completed secondary education and their age range is 18-35.

Faixa etária

Age Range

Segundo levantamento estatístico é entre os 18 e os 35 anos que se encontra o maior número de consumidores de CDs, 47% de todo o mercado. Vale ressaltar que em um comparativo com os anos anteriores, mereceu atenção o aumento nas maiores faixas etárias (46 a 56 anos), de 10 pontos percentuais, e a redução na menor faixa etária (dos 12 aos 17 anos).

As said before, most CD consumers are found in the 18-35 age range, i.e. 47% of the whole market. It is worth noting that as a result of a comparative study, there has been an increase of 10 per cent in the higher age range (46-56 years of age) and a reduction in the 12-17 year olds.



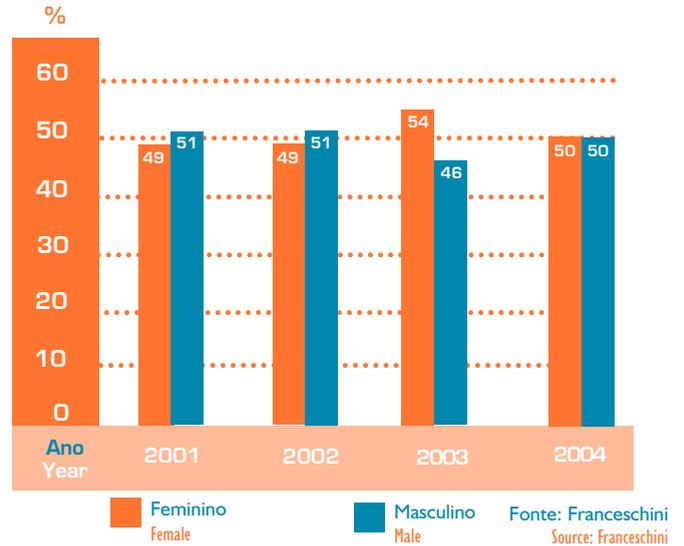
Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

Sexo

Gender

Por sexo o consumidor de CDs se mantém estável e equilibrado entre o dois gêneros, em todos os anos (levando em consideração a margem de erro da pesquisa).

The CD buyer profile continues stable for both genres over the years (taking into account the margin of error in the survey)



Classe social

Social Class

A maior parte dos consumidores de CDs continua se mantendo entre as classes B e C, que juntas representam 73% do total.

Most CD consumers continue to belong to classes B and C, which together make 73% of the total market.

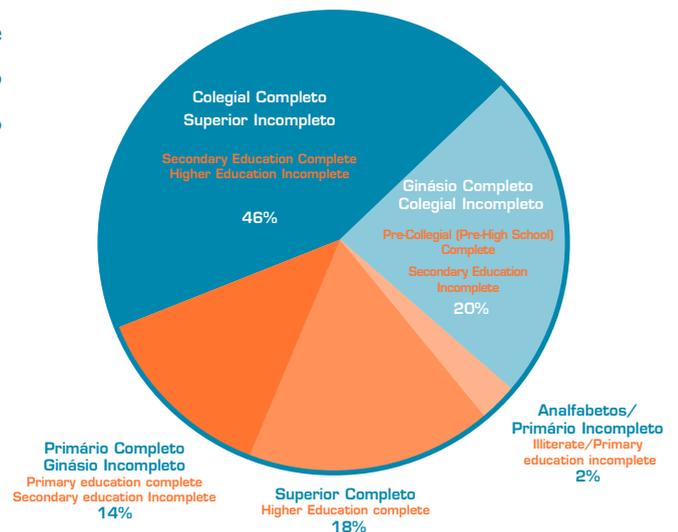


Escolaridade

Schooling

Com base na pesquisa, 46% dos consumidores de CDs já terminaram o colegial e estão ou não fazendo curso superior. No total dos consumidores, 64% possui ensino médio completo ou superior.

According to the survey, 46% of CD buyers have completed secondary education and are (or are not) taking tertiary courses. From the total of consumers 64% have completed secondary or tertiary education.

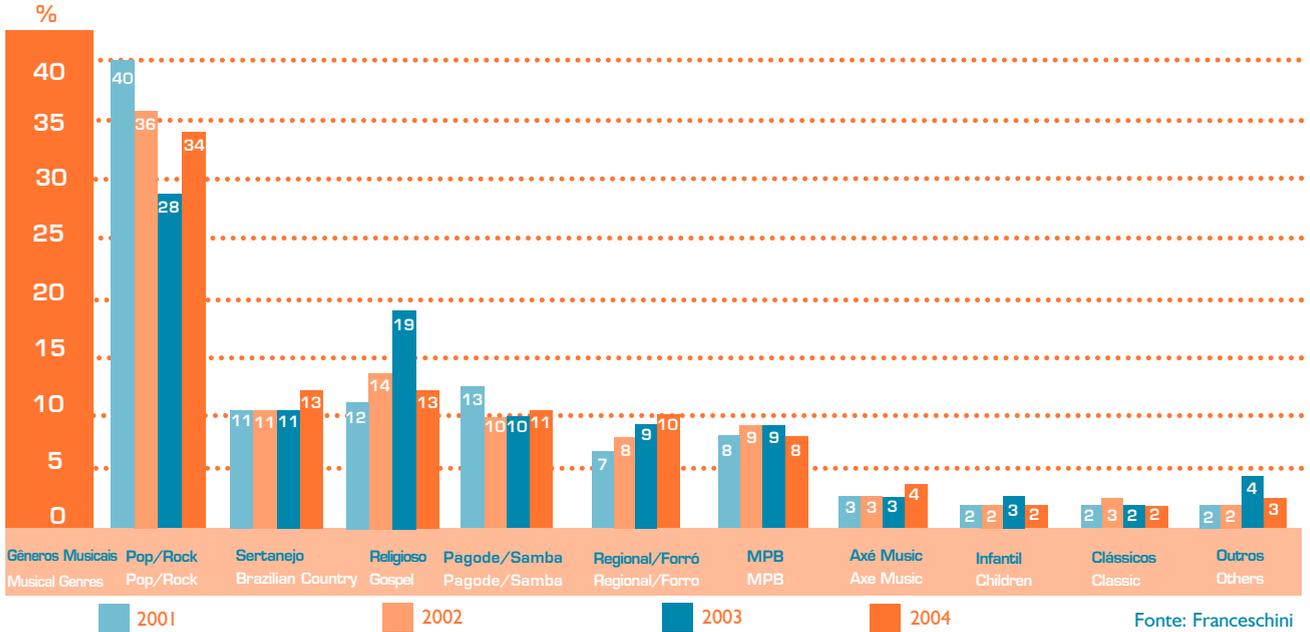


Perfil por gênero musical

Sales profile by msical gender

As vendas de CDs por gêneros musicais em 2004 tiveram como destaque o crescimento do Pop/Rock e o declínio do gênero Religioso. Os demais gêneros mantiveram a performance dos últimos anos, segundo os dados do Instituto Franceschini de Análises de Mercado.

CD sales by musical gender in 2004 highlighted the growth of the Pop/Rock segment and the decline of the Gospel segment. The remaining genres continued stable, according to data provided by Instituto Franceschini de Análises de Mercado.



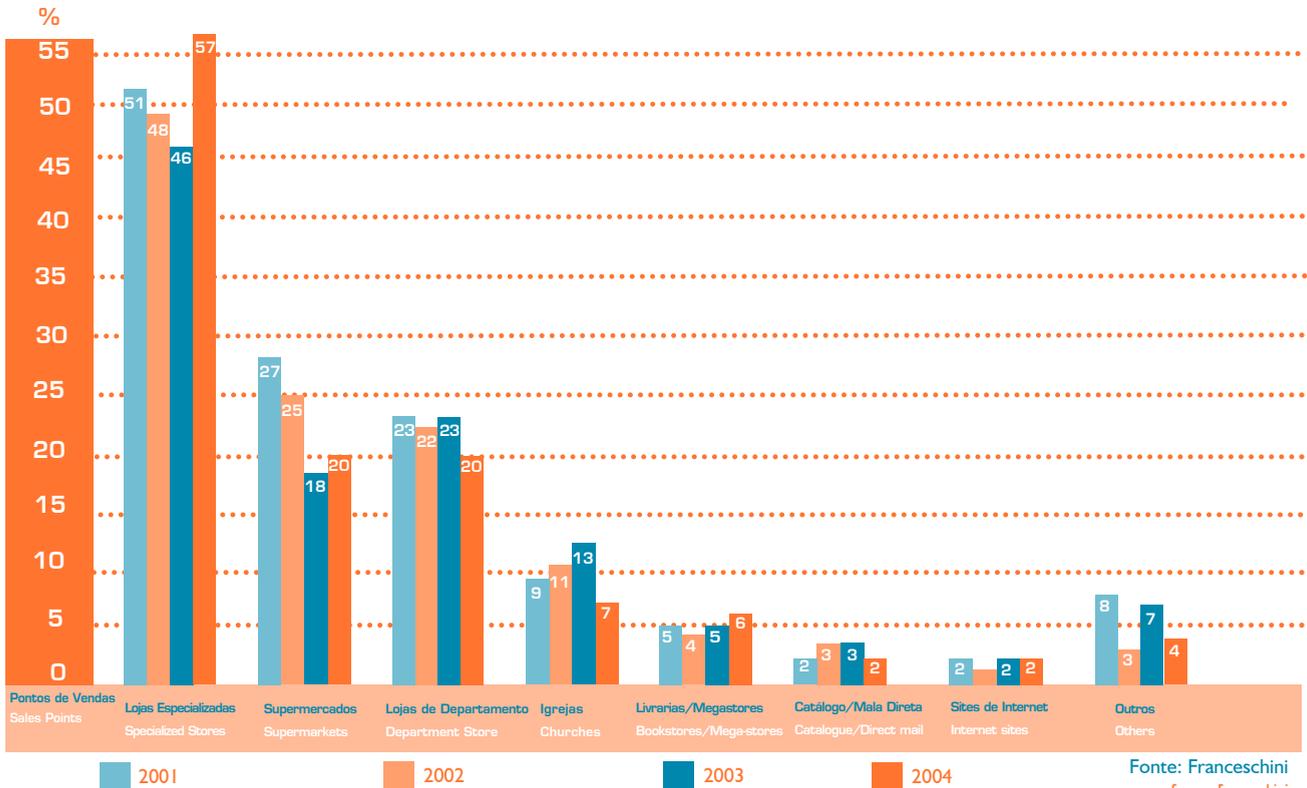
Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

Perfil por pontos de vendas

Sales profile by sales points

Com relação aos pontos de vendas de CDs, as Lojas Especializadas se mantém como o lugar mais procurado pelos consumidores para comprar CDs, seguido das Lojas de Departamento e dos Supermercados.

Specialized Stores continue to monopolize the CD buyer preferences, followed by Department Stores and Supermarkets.



Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

Perfil do consumidor de DVD musical

Music DVD consumer profile

Esse é o primeiro ano em que é apresentado o perfil do consumidor de DVD musical no Brasil. O estudo, feito junto aos consumidores pelo Instituto Franceschini de Análises de Mercado, apontou para um consumidor médio que é relativamente jovem (entre 26 e 35 anos), de classe média alta, com escolaridade média e com maior incidência no gênero masculino.

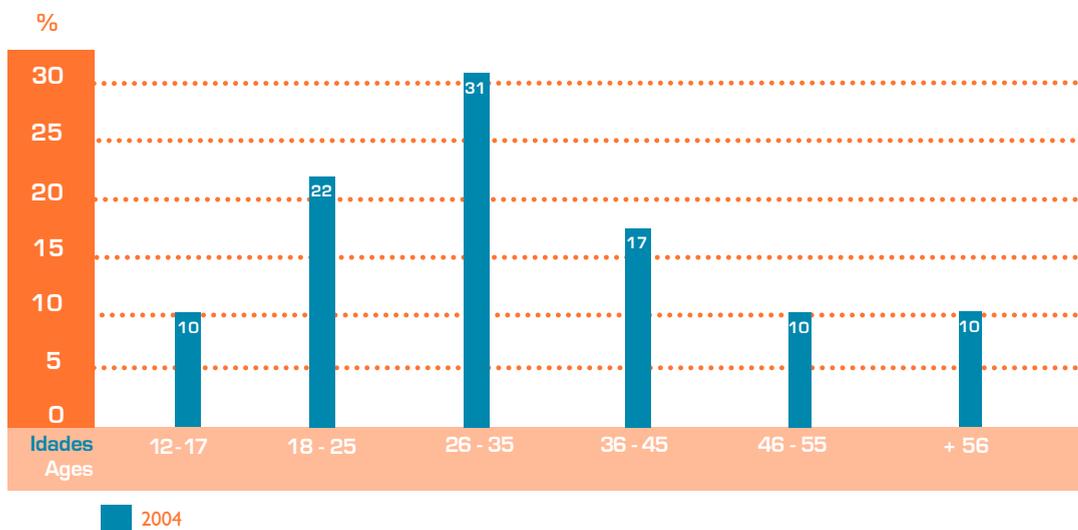
This is the first year our readers are presented with the music DVD consumer profile. The survey, conducted among consumers by the Instituto Franceschini de Análises de Mercado, describes an average consumer, relatively young (26-35 years of age) middle/high class, with secondary education, and with higher incidence among males.

Faixa etária

Age Range

Com base na pesquisa de mercado observamos que o perfil médio dos compradores de DVDs musicais se encontra na faixa etária considerada adulta, que vai dos 18 aos 45 anos e representa 70% de todo o mercado consumidor.

On the grounds of the market research we may see that the average profile of music DVD buyers comprises adult purchasers, aged 18-45 and representing 70% of the whole consumer market.



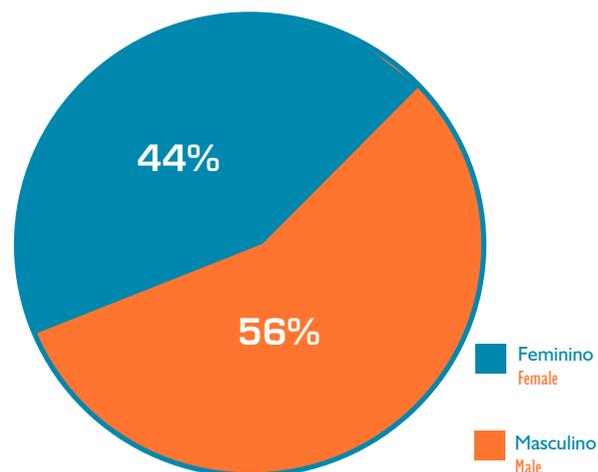
Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

Sexo

Gender

Quando o assunto é DVD musical, os homens foram identificados na pesquisa como mais interessados no formato do que as mulheres, com 56% contra 44% .

When the question refers to music DVDs, the survey evidenced that men tend to be more interests in this format than women do, the respective rates being 56% and 44%



Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

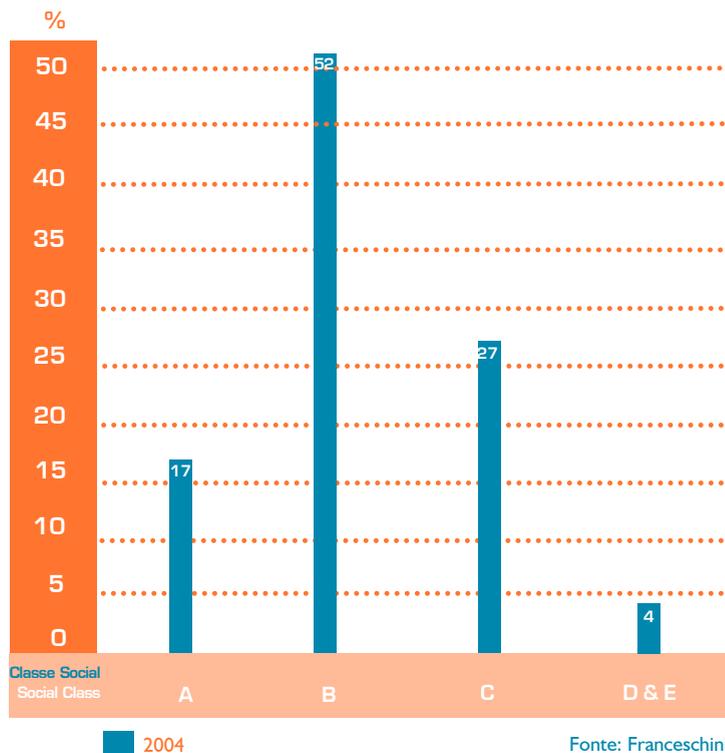
Classe social

Social Class

Com base no estudo da Franceschini a classe B domina o consumo de DVDs musicais no Brasil, com mais da metade das compras sendo

feitas por consumidores de classe média alta (52%).

The Franceschini survey evidences that class B is the largest music DVD buyer in Brazil, as 52% of purchases correspond to middle/high class buyers.



Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

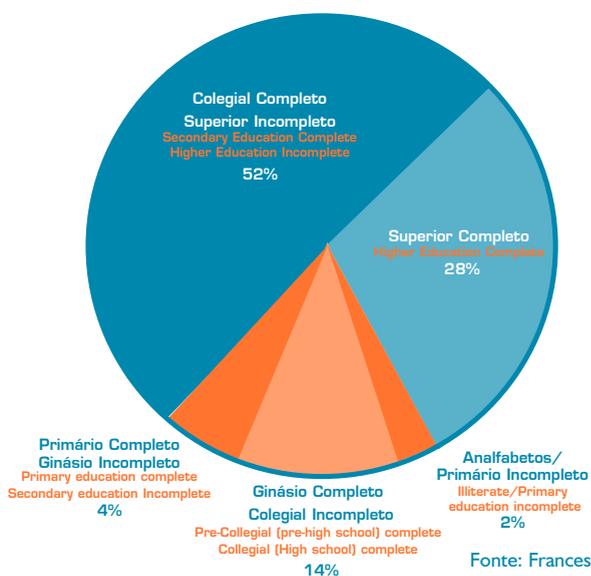
Escolaridade

Schooling

O consumidor brasileiro de DVD musical é, na sua maioria, formado por pessoas de nível universitário. Segundo a pesquisa,

80% dos consumidores tem curso superior completo / incompleto.

Most of the Brazilian DVD buyers have university studies. According to the survey, 80% of consumers have completed/not completed university education.



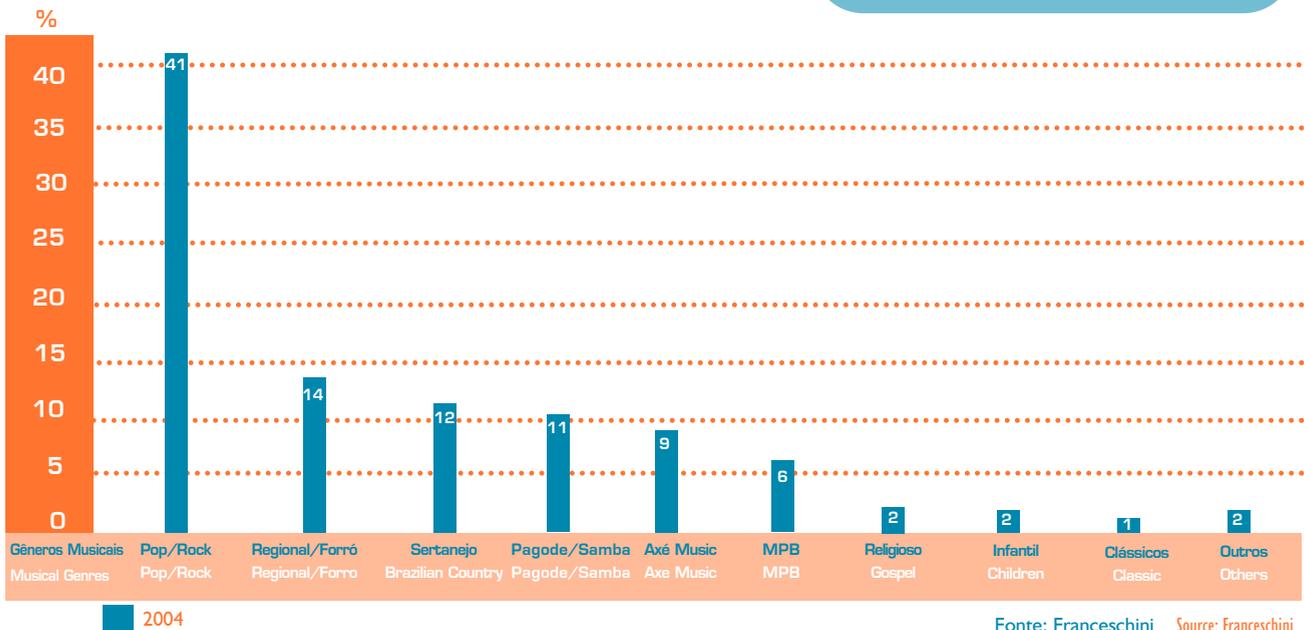
Fonte: Franceschini
Source: Franceschini

Perfil por gênero musical

Sales profile by genre

As vendas de DVDs por gêneros musicais apresentaram uma maior incidência para o gênero Pop/Rock, seguido da Música Regional e do Sertanejo, segundo a pesquisa.

DVD sales according to musical genre showed a higher incidence in the Pop/Rock segment, following by Regional Music and Brazilian Country music, according to the survey.



Fonte: Franceschini Source: Franceschini

Perfil por pontos de vendas

Sales profile by sales points

Com relação aos pontos de vendas de DVDs musicais, não se observou na pesquisa muita variação para o resultado apresentado no perfil dos pontos de vendas de CDs. Os consumidores de música, seja no formato de CD ou DVD, compram a maioria dos produtos nos mesmos lugares, que são: as Lojas Especializadas, as Lojas de Departamento e os Supermercados. No caso dos vídeos musicais, as Lojas de Departamento são o segundo local mais procurado, enquanto na venda de CDs esse ponto de venda ocupa a 3ª posição.

As far as music DVD sales points are concerned the survey did not evidence any noticeable variation as regards CD sales points. Music buyers, either CD or DVD formats, bought most products in the same points, i.e.: specialized stores, department stores and supermarkets. In the case of music videos, department stores are second to specialized stores, while as regards CD sales department stores are in the third position.



Fonte: Franceschini Source: Franceschini

4

Pirataria Mundial

Pirataria Mundial

Segundo o Relatório de Pirataria Comercial de 2005 da indústria fonográfica, publicado pela IFPI - Federação Internacional da Indústria Fonográfica, um em cada três discos musicais vendidos no mundo é pirata, um mercado ilegal de música que alcança US\$ 4,6 bilhões. Em 2004 foram vendidos 1,2 bilhões de discos fonográficos piratas - o que representa 34% de todos os discos vendidos no mundo. Esforços da indústria e dos governos no combate à pirataria também estão colhendo resultados. No último ano foram retirados de ação um número recorde de produção de produtos piratas, com a apreensão de equipamentos de gravação de CDs sendo o dobro de 2003. A pirataria musical aumentou 2% em 2004, representando o menor nível de crescimento em cinco anos, porém quase o dobro da quantidade de discos piratas registrados no ano 2000.

O valor do mercado pirata mundial se manteve em 4,6 bilhões de dólares em 2004 (enquanto em 2003 a cifra foi de 4,5 bilhões de dólares). A pirataria de CD-R, que predomina na América Latina, no Sul da Europa e na Índia, aumentou 6% em 2004 e, pela primeira vez, as vendas de música pirata excederam o mercado legal em 31 países, entre eles:

The 2005 edition of the Commercial Piracy Report, published by the IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) reports that one in three music CDs sold worldwide is pirate product and that the illicit music market totals US\$ 4.6 billions. The pirate market sold 1.2 billion records in 2004 - i.e. 34% of all discs are illegal. The anti-piracy efforts of the industry and governments are bringing good results. In the last year major seizures of pirate product doubled the material seized in 2003, including CD recording equipment. Music piracy grew 2% in 2004, the lower growth rate in five years. However, global pirate disc sales are almost double the level of 2000.

Global pirate sales in 2004 were worth US\$ 4.6 billion (the value for 2003 was 4.5 billion dollars). CD-R piracy, which predominates in Latin America, in Southern Europe and in India, grew 6% in 2004, and for the first time ever pirate sales outnumber legal sales in 31 countries, notably and for the first time Chile, The Czech Republic, Greece, India and Turkey.

The ten IFPI priority countries in the fight against music piracy are: Brazil, Spain, China, India, Indonesia, Mexico, Pakistan, Paraguay, Russia and Ukraine.

Chile, República Tcheca, Grécia, Índia e Turquia que antes não figuravam na lista.

Os dez países, para a IFPI, onde as campanhas anti-pirataria merecem tratamento prioritário (**em ordem alfabética**) são: Brasil, Espanha, China, Índia, Indonésia, México, Paquistão, Paraguai, Rússia e Ucrânia.

O relatório destaca também outros quatro países - Bulgária, Canadá, Coreia e Taiwan, onde a pirataria, tanto de unidades físicas como as violações cometidas através da Internet, constituem um foco especial para a indústria fonográfica internacional.

Os esforços da indústria na luta contra a pirataria, respaldados pelas tarefas forenses e pelo trabalho desenvolvido junto a agências como a Interpol, têm contribuído para a apreensão de linhas de fábricas de CD com capacidade de fornecimento de 380 milhões de discos, ou seja, a metade do mercado musical total dos Estados Unidos.

Também foram realizadas apreensões recorde de gravadores de CDs, que duplicaram em 2004, para 28.350 unidades.

O relatório registra ainda, levando-se em conta a importância da Internet para o negócio musical, que a luta contra a pirataria de formatos físicos, constitui uma prioridade nunca vista antes na indústria fonográfica, cuja maior parte são de discos produzidos em enormes quantidades, tanto em laboratórios que trabalham com máquinas duplicadoras de alta velocidade, quanto em fábricas de CDs tradicionais.

The report also mentions four territories outside of IFPI's top ten priority countries (Bulgaria, Canada, Korea and Taiwan), which merit special attention because of the particular nature of their piracy problem, focusing infringements through sales of physical copies and through the Internet.

The efforts of the industry in the fight against piracy, backed by forensics and the work developed by agencies such as Interpol, have contributed in the seizure of manufacturing lines with a combined production capacity of 380 million discs, equivalent to almost half of the legitimate CD market in the US.

Also a total of 28.350 CD-R burners were seized, this record seizure almost doubling the number seized in 2003.

Taking into account the importance of the Internet for the music business, the fight against physical piracy is a top priority never seen before for the recording industry, the bulk of the problem representing disc produced in huge quantities in laboratories with high-speed duplicators and in traditional CD plants.

Os dez países prioritários para a IFPI em ordem alfabética

IFPI Priority Countries

BRASIL (com uma taxa de pirataria de 52% - dados de 2003) Apesar de uma recuperação parcial do mercado brasileiro em 2004, as vendas de unidades piratas superam as de vendas legítimas. Porém, num movimento muito encorajador, o novo Conselho Nacional de Combate à Pirataria - CNCP - do Governo já iniciou a implementação de um detalhado plano anti-pirataria.

2004 - Mercado de Vendas Legais (em valor R\$)	R\$ 706 milhões
Legal Market Value (R\$)	
2004 - Mercado de Vendas Legais (unidades)	66 milhões
Legal Market Units	
2003 - Mercado de Vendas Piratas (em valor R\$)	R\$ 365 milhões
Pirate Market Value (R\$)	
2003 - Mercado de Vendas Piratas (unidades)	73 milhões
Pirate Market Units	
2003 - Nível de Pirataria (base pesquisa 2003)	52%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

BRAZIL (piracy level of 52% - data from 2003) Notwithstanding the partial recovery in 2004, pirate sales outweigh legitimate unit sales. However, in a very stimulating action, the Government's newly-created National Anti-Piracy Council - CNCP - has started implementing a detailed anti-piracy plan.

CHINA (com uma taxa de pirataria de 85%) O maior mercado pirata do mundo, estimado em 411 milhões de dólares, presenciou um ligeiro decréscimo do nível de pirataria. Apesar disso, a falta de vontade política e a ausência de um bom trabalho de coordenação entre as agências do governo se traduzem em um avanço pouco substancial.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$)	US\$ 212 milhões
Legal Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Legais (unidades)	124 milhões
Legal Market Units	
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$)	US\$ 411 milhões
Piracy sales market (US\$)	
Mercado de Vendas Piratas (unidades)	460 milhões
Pirate Market Units	
Nível de Pirataria	85%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

CHINA (piracy level 85%) The world's largest pirate market, worth (estimates) 411 million dollars, has witnessed a slight decrease in the piracy level. However, the lack of political will and the absence of clear coordination between different government agencies have prevented any substantial progress.

ESPAÑA (com uma taxa de pirataria de 24%) Foi um dos países mais importantes em termos de mercado legítimo, que encolheu 1/3 nos últimos cinco anos. O governo intensificou as ações de aplicações das leis em 2004 e lançou uma proposta de programa completo de medidas para atacar o problema.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$)	US\$ 573 milhões
Legal Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Legais (unidades)	50 milhões
Legal Market Units	
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$)	US\$ 77 milhões
Pirate Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Piratas (unidades)	16 milhões
Pirate Market Units	
Nível de Pirataria	24%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

SPAIN (pirate rate of 24%) Was in the past one of the most important countries in terms of legitimate market, but piratical activities have shrunken the legitimate market in the last five years. The government has intensified enforcement in 2004 and has launched a proposed full program of measures to tackle the problem.

ÍNDIA (com uma taxa de pirataria de 56%) Tornou-se um dos países prioritários para a IFPI pela primeira vez devido ao agudo incremento da pirataria de CD-R e à disponibilidade on-line de arquivos mp3. A corrupção e a lentidão dos processos judiciais são um obstáculo para se processar os responsáveis pelas ações de pirataria no país.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$)	US\$ 153 milhões
Legal Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Legais (unidades)	130 milhões
Legal Market Units	
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$)	US\$ 88 milhões
Pirate Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Piratas (unidades)	170 milhões
Pirate Market Units	
Nível de Pirataria	56%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

INDIA (pirate rate of 56%) Is an IFPI priority country for the first time in view of the sharp increase of CD-r piracy and the on-line availability of mp3 files. Corruption and the slow pace of the courts are the main hurdles to effective enforcement and punishment of piracy infringers in the country.

INDONÉSIA (com uma taxa de pirataria de 80%) Possui 15 fábricas de discos óticos, exportando produto pirata para outros mercados, incluindo a Austrália. A ação do governo nas fábricas tem sido fraca, e a venda ostensiva de música pirata nas áreas de varejo reflete a falta de compromisso para enfrentar o problema.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$)	US\$ 85 milhões
Legal Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Legais (unidades)	40 milhões
Legal Market Units	
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$)	US\$ 91 milhões
Pirate Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Piratas (unidades)	159 milhões
Pirate Market Units	
Nível de Pirataria	80%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

INDONESIA (piracy level 80%) Houses 15 optical disc plants exporting pirate product abroad, including Australia. The governmental action in these plants has been weak, and pirate product is openly and widely sold in established retail shops, this reflecting the lack of commitment to tackle the problem.

MÉXICO (com uma taxa de pirataria de 60%) Situava-se, até pouco tempo atrás, entre os 10 maiores mercados do mundo, mas, foi devastado pela pirataria. A aplicação da lei no país melhorou em 2004. Uma iniciativa no estado de Guadalajara para converter as lojas piratas em pontos de venda legítimos teve efeito positivo. As mudanças legislativas conseguiram incriminar a pirataria.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$)	US\$ 360 milhões
Legal Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Legais (unidades)	56 milhões
Legal Market Units	
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$)	US\$ 111 milhões
Pirate Market Value (US\$)	
Mercado de Vendas Piratas (unidades)	76 milhões
Pirate Market Units	
Nível de Pirataria	60%
Piracy Level	

Fonte: IFPI Source: IFPI

MEXICO (piracy level 60%) Was not long ago among the top 10 world markets in terms of legitimate sales, but it was devastated by piracy. Law enforcement improved in Mexico in 2004. A project within the Guadalajara state to convert pirate vendors into legitimate points of sale has provided good results. Legislative amendment was instrumental to class piracy as a criminal activity.

PAQUISTÃO (com uma taxa de pirataria de 59%) O Paquistão é um dos maiores exportadores de discos piratas do mundo. Na alfândega houve melhorias na aplicação da lei, e uma série recente de ações atacou as fábricas produtoras de discos ilícitos. Porém, as ações precisam ser mais completas e mais sustentáveis.

PAKISTAN (piracy level 59%) Is one of the largest exporters of pirate discs in the world. There has been some improvement in law enforcement in the customs area, and a series of positive action against pirate plants were made. However enforcement needs to be substantially stepped-up and sustained.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$) Legal Market Value (US\$)	US\$ 24 milhões
Mercado de Vendas Legais (unidades) Legal Market Units	40 milhões
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$) Pirate Market Value (US\$)	US\$ 30 milhões
Mercado de Vendas Piratas (unidades) Pirate Market Units	55 milhões
Nível de Pirataria Piracy Level	59%

Fonte: IFPI Source: IFPI

PARAGUAI (com uma taxa de pirataria de 99%) O país é rota para os discos virgens que alimentam os mercados piratas, principalmente no Brasil e na Argentina. Observaram-se certos avanços com o governo lançando uma unidade anti-pirataria especializada. Mas ainda é necessário fazer ações mais severas na alfândega e impor sanções mais pesadas contra o crime de falsificação.

PARAGUAY (piracy level 99%) Contraband of blank discs crosses the country to supply pirate markets, especially Brazil and Argentina. There has been progress as the government has launched a specialized anti-piracy unit. However, the country needs to implement more severe actions in Customs and provide for stricter penalties for those engaged in forgery and counterfeiting.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$) Legal Market Value (US\$)	US\$ 2 milhões
Mercado de Vendas Legais (unidades) Legal Market Units	0,4 milhões
Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$) Pirate Market Value (US\$)	US\$ 18 milhões
Mercado de Vendas Piratas (unidades) Pirate Market Units	20 milhões
Nível de Pirataria Piracy Level	99%

Fonte: IFPI Source: IFPI

RÚSSIA (com uma taxa de pirataria de 66%) É o segundo maior mercado pirata do mundo, com uma capacidade que em grande parte ultrapassou a demanda local. O departamento jurídico da IFPI conseguiu identificar em 27 países exportações de discos piratas fabricados na Rússia. O país precisa de uma ofensiva política, de uma aplicação de leis adequadas e de normas reguladoras para as fábricas e, também, de sanções dissuasivas.

RUSSIA (piracy level 66%) Is the second biggest pirate market in the world, with far too much disc manufacturing capacity to meet local demand. The IFPI legal department was successful in identifying 27 countries to which Russia is exporting private discs. Russia needs an aggressive anti-piracy policy, correct law enforcement and also enforcement of law regulating the work of disc plants, as well as deterrent penalties.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$) US\$ 491 milhões

Legal Market Value (US\$)

Mercado de Vendas Legais (unidades) 119 milhões

Legal Market Units

Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$) US\$ 449 milhões

Pirate Market Value(US\$)

Mercado de Vendas Piratas (unidades) 243 milhões

Pirate Market Units

Nível de Pirataria 66%

Piracy Level

Fonte: IFPI Source: IFPI

UCRÂNIA (com uma taxa de pirataria de 68%) Três anos após os Estados Unidos impor sanções comerciais, e apesar dos sinais estimulantes advindos da nova administração Yushenko, o país mantém um nível elevado de pirataria. As normas sobre discos óticos e o código criminal deveriam ser reforçados.

UKRAINE (piracy level 68%) Three years after trade sanctions were imposed by the US government, and despite highly encouraging signals from the new Yushenko administration, the country maintains very high levels of music piracy. Norms on optical discs and the criminal code should be strengthened.

Mercado de Vendas Legais (em valor US\$) US\$ 42 milhões

Legal Market Value (US\$)

Mercado de Vendas Legais (unidades) 15 milhões

Legal Market Units

Mercado de Vendas Piratas (em valor US\$) US\$ 42 milhões

Pirate Market Value (US\$)

Mercado de Vendas Piratas (unidades) 35 milhões

Pirate Market Units

Nível de Pirataria 68%

Piracy Level

Fonte: IFPI Source: IFPI

Pirataria Musical Brasil

Music Piracy in Brazil

Pirataria Musical Brasil

Music Piracy in Brazil

Em 2004, a oferta de produtos piratas se manteve no País, com mais da metade do mercado sendo tomado por produtos ilegais, fato que manteve o Brasil no ranking mundial dos 10 mercados mais afetados pelo problema da pirataria física de CDs.

Entretanto, 2004 foi também o ano em que se encerraram os trabalhos da CPI da Pirataria da Câmara dos Deputados, com seu relatório final já indicando a real dimensão do problema da falsificação de produtos industriais dos mais variados tipos e os danos que esta atividade traz para o País. O setor fonográfico, duramente atingido pela pirataria de CDs no Brasil, foi (como não poderia deixar de ser) alvo das atenções dos parlamentares participantes daquela CPI, merecendo capítulo à parte no relatório final, o mais completo documento já elaborado no Brasil sobre pirataria, falsificação, contrabando e outros crimes afins. A ABPD reconhece a importância dos trabalhos da Comissão da Câmara e agradece a todos os deputados que dela fizeram parte, pela atenção com que ouviram tanto os representantes do setor fonográfico como os artistas que participaram das solenidades promovidas pela CPI e das audiências públicas que a precederam.

O relatório da CPI da Pirataria foi recebido pelo Presidente da República e pelo Ministro da Justiça em sessão solene no Palácio do Planalto realizada em agosto de 2004.

A partir das conclusões do relatório da CPI, o Governo Federal criou o Conselho

The supply of pirate product remained stable in Brazil throughout 2004, and half of the market is awash with pirate products. For this reason, Brazil has been classed among the 10 markets more impacted by CDs piracy worldwide.

However, 2004 was also the year in which the work of the Congressional Anti-Piracy Commission (CPI), which in its final report indicated the real dimension of the problem involving forgery and counterfeiting of industrial products of varied types and the damage that these activities cause to the country. Obviously the recording industry was severely impacted by CD piracy in Brazil, and for that reason it concentrated the attention Congressmen members of the CPI. For that reason, a specific chapter of the final report (in fact, the most complete document on the matter) addresses the problem of Piracy in Brazil, in addition to forgery, smuggling and other related crimes. The ABPD acknowledges the relevance of the work of the Congressional Commission and is grateful for the work of Representative members of the body, for their dedication in listening to the representatives of the recording industrial as well as the artists, all of whom participated in the events organized by the CPI and the public hearings convened.

The report of the Piracy CPI was forwarded and received by the President of Brazil and by the Justice Minister during a solemn session at the Planalto Palace in August 2004.

On the grounds of the conclusions of the CPI Report, the Federal Government decided to set up the 'National Council to Combat Piracy and Crimes Against Intellectual Property' (National Anti-Piracy Council or CNCP),

Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual - CNCP, subordinado ao

Ministério da Justiça e formado por representantes de vários Ministérios, Senado Federal, Câmara dos Deputados e, por seis representantes do setor privado, dentre os quais está a ABPD.

O CNCP em seis meses produziu um abrangente Plano Nacional de Combate à Pirataria, ora em fase de execução, que já produziu resultados positivos, principalmente na fiscalização e controle da entrada de produtos piratas e mídias virgens através da fronteira com o Paraguai. Outras operações contra máfias que operavam na distribuição para todo o Brasil de produtos contrabandeados ("A Firma") foram extremamente bem sucedidas. Todas estas operações, objeto de uma das ações previstas no Plano Nacional, foram desenvolvidas através da articulação de esforços da Receita Federal, Polícia Federal e Polícia Rodoviária Federal.

"A formação deste Conselho, a abrangência de setores ali representados e a dinâmica com que vem funcionando seus trabalhos, é um grande avanço na luta contra a pirataria musical no Brasil. Temos certeza de que vamos observar ainda muitos outros resultados positivos, especialmente no que se refere à participação de Estados e Municípios no esforço que está sendo empreendido pelo Governo Federal, e um melhor controle e fiscalização dos centros de comércio informal onde a grande maioria dos produtos pirateados é vendida. A ABPD

sente-se honrada em participar do CNCP. O desafio é imenso, mas a vontade política de agir demonstrada pelo Governo é encorajadora", declara o Diretor Geral da ABPD, Paulo Rosa.

reporting to the Ministry of Justice and composed of representatives from several Ministries, the Senate, Chamber of Representatives and six representatives appointed by the private sector, among which the ABPD.

After six months of work the CNCP produced a comprehensive National Plan for the Fight Against Piracy, now being implemented, which has already provided positive results, mainly referring to the monitoring and control of the introduction of pirate products and blank sound-carriers through the Paraguayan border. Additional and successful actions were taking against organized crimes groups ("The Firm") involved in the distribution throughout Brazil of smuggled goods. All these raids (included within the projects of the National Anti-Piracy Plan) were conducted thanks to the joint efforts of the Federal Income Tax Agency, the Federal Police and the Federal Highway Police.

"The setting up of the Council, the number of sectors represented and its dynamics and operational work are a sound progress in the fight against music piracy in Brazil. I am certain that we will witness many additional positive outcomes, especially as regards the involvement of States and Municipalities in the effort launched by the Federal Government, which will provide for enhanced control and monitoring of the informal (underground) trade centers where most of the pirate product is offered for sale. It is a great privilege and honor for the ABPD to participate in the CNCP. It is indeed a big challenge, but the political will evidenced by the Government is really stimulating", says the ABPD Managing Director, Paulo Rosa.

Apreensões

Seizures

Segundo acompanhamento da APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, de janeiro a dezembro de 2004, mais de 17,5 milhões de unidades de CDs ilegais foram apreendidos no País, entre gravados e virgens, 149 pessoas foram presas por crime contra o Direito Autoral. As estatísticas a seguir, embora reflitam alguns progressos, estão ainda muito abaixo do desejado, em função da dimensão do problema da pirataria musical no Brasil.

According to the follow-up work conducted by the APDIF, the Association for the Protection of the Intellectual Property Rights of the Phonographic Industry, from January to December 2004 more than 17.5 million of pirate CDs were seized in the country, including recorded and blank CDs. In addition, 149 individuals were arrested for infringement against copyright. The figures, although portraying some progress, are still below expectation, in view of the huge dimension of music piracy in Brazil.

Acompanhamento das apreensões nos anos 2000

Seizure follow-up in the first years of the new millennium

Anos Years	2000	2001	2002	2003	2004
CDs Gravados Recorded CDs	3.223.295	2.976.217	3.783.535	5.686.253	3.705.549
CDs Virgens Blank CDs	122.165	315.643	8.649.590	11.455.421	13.824.533
Drives de Gravação Recording Drives	280	691	847	4.883	8.238
Pessoas Averiguadas People Under Surveillance	1.348	1.213	1.264	1.060	1.064
Presos Infringers in Jail	S/ registros	8	58	142	149

Fonte: APDIF Source: APDIF

Os efeitos no setor - comparação 1997/2004

Effects on the segment - Comparison 1997/2004

Postos de Trabalho Direto: - **50%**

Direct Jobs: - **50%**

Artistas Contratados: - **50%**

Artists Signed: - **50%**

Nº de pontos de venda fechados: - **2.500**

Numbers of points of sale closed: - **2.500**

Lançamento de Produtos Nacionais: - **44%**

Launching of Domestic Product: - **44%**

Estimativa de perda de arrecadação de impostos: - **R\$ 500 milhões anuais** (somente considera ICMS, PIS e Cofins)

Loss of tax revenue (estimates): - **R\$ 500 million/year** (only considering taxes such as ICMS, PIS and COFINS)

Nº de empregos perdidos no setor (gravadoras, fabricantes, comércio varejista, etc): - **60 MIL**

Nº of jobs lost in the sector (recording companies, manufacturers, retail, and so on): - **60,000**

Fonte: ABPD Source: ABPD

Ranking por Estados das Apreensões em 2004 Segundo Acompanhamento da APDIF

Position by State - Seizures in 2004 APDIF follow-up

No ranking da Apdif, foi no estado de São Paulo onde houve mais apreensões, com o número de produtos apreendidos passando a casa dos 12 milhões de unidades. Entretanto, em termos percentuais, outras regiões do País como o Nordeste, antes excelente mercado musical, apresentam hoje um nível de pirataria que praticamente inviabilizam o comércio legítimo. No total foram acompanhadas 1.088 ações, em todo o País, entre operações de rua, desmonte de laboratórios e depósitos. Foram apreendidos também de 8.238 drives de gravação.

According to the ranking of the entity, the State of Sao Paulo conducted more raids with more than 12 million units seized. However, in terms of percentage, in other regions in the country such as the Northeast, which once upon a time was an excellent music market, the level of piracy has practically eliminated legitimate trade. The actions total 1,088 raids carried out in the country, including street raids and plant decommissions, in addition to warehouses raided. Seizures include 8,238 recording drives.

ESTADO STATE	TOTAL DE CDS APREENDIDOS GRAVADOS E VIRGENS TOTAL NO. OF CDS SEIZES (RECORDED & BLANK)
1 São Paulo Sao Paulo	12.309.352
2 Paraná Parana	3.372.803
3 Rio de Janeiro Rio de Janeiro	594.302
4 Bahia Bahia	428.340
5 Rio Grande do Sul Rio Grande do Sul	221.934
6 Minas Gerais Minas Gerais	113.374
7 Distrito Federal D.C.	98.810
8 Tocantins Tocantins	85.850
9 Mato Grosso do Sul Mato Grosso do Sul	72.578
10 Goiás Goias	51.869
OUTROS Others	180.870
TOTAL Total	17,5 milhões/ million

Fonte: APDIF Source: APDIF

Pirataria na Internet

Internet Piracy

O trabalho da APDIF desde o ano 2000, nesse campo, consiste basicamente no monitoramento e repressão de sites que oferecem produtos e downloads ilegais, 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.

Since 2000 the APDIF has been monitoring and chasing sites offering illicit downloads and products. The entity is also conducting preventive action with service providers and Internet auction sites so as to establish protection policies for copyright as well as conducting effective anti-piracy action.

COMBATE À PIRATARIA NA INTERNET - ANOS 2000					
Internet Anti-Piracy Measures - year 2000					
Anos Year	2000	2001	2002	2003	2004
Páginas Notificadas Nº of pages receiving warning letter	3.766	8.897	9.708	8.782	4.125
Páginas Removidas Pages removed	2.785	8.694	9.458	8.687	4.113

Fonte: APDIF Source: APDIF

Em 2004, a APDIF registrou a notificação de 4.125 páginas de Internet que disponibilizavam de forma ilegal conteúdo protegido pelo Direito Autoral. Destas páginas 4.113 foram removidas da web, sendo que 56% dessas páginas eram de download de música e 44% de vendas de CDs falsificados. Vale citar também que foram removidos 1.499 usuários ilegais de sites de leilão virtual.

In 2004 the APDIF sent 4,125 warning letters to holders of Internet pages involved in the making available of copyright content. From these, a total of 4,113 were removed, 56% of them involved in music download and 44% in sale of counterfeit CDs. In addition, 1,499 illicit users involved in virtual auctions were also removed from the Internet.

Sobre a APDIF

About APDIF

A APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, foi criada em 1995, pela ABPD - Associação Brasileira de Produtores de Discos. A tarefa da APDIF não se resume apenas em acompanhar as apreensões de CDs falsificados. A Associação, por meio de seus departamentos jurídico e de investigação trabalha para receber e oferecer denúncias às autoridades competentes, bem como acompanhar operações de combate à pirataria.

APDIF, the Association for the Protection of the Intellectual Property Rights of the Phonographic Industry was set up in 1995 by the ABPD - the Brazilian Association of Phonogram producers. The work of the APDIF does not only involve the follow-up of seizures of counterfeit CDs. The Association, through its legal and investigation departments receives and files claims before the competent authorities, and also monitors anti-piracy raids.

A entidade recebe denúncias anônimas por meio de:
E-mail: denuncia@apdif.org.br
Caixa Postal 593 - CEP 01059-970 - SP

APDIF HOTLINE

E-mail: denuncia@apdif.org.br

P.O. Box 593 - CEP 01059-970 - SP

CNPC - Conselho Nacional de Combate à Pirataria

CNPC - The Nacional Anti-Piracy Council

Em novembro de 2004 o Ministério da Justiça criou o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual - CNCP, formado por representantes de Ministérios do Congresso Nacional, além da Polícia Federal, Polícia Rodoviária Federal, da Receita Federal, da Secretária Nacional de Segurança Pública - SENASP e do setor privado, que conta com seis representantes das indústrias mais afetadas pelo problema da falsificação no Brasil, entre elas, a ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos.

O CNCP, é presidido pelo secretário-executivo do Ministério da Justiça, Sr. Luiz Paulo Barreto, e foi criado com a finalidade de elaborar as diretrizes para a formulação de um Plano Nacional de Combate à Pirataria e implementar sua execução.

Em março de 2005 o CNCP anunciou o Plano Nacional de Combate à Pirataria com cerca de 100 ações nos campos repressivo, educativo, institucional e econômico.

No âmbito repressivo o Governo Federal, através da coordenação do CNCP, realizou diversas operações na fronteira com o Paraguai, especialmente em Foz do Iguaçu, com o objetivo de reduzir a entrada de produtos falsificados. Entre as operações destacam-se:

- Operação Cataratas - operação realizada em conjunto pelas Polícias Federal e Rodoviária Federal, Receita Federal entre outros órgãos. Resultou no dobro das apreensões realizadas no mesmo período na região.

- Operação Leão Dourado - manteve e intensificou as operações de controle de fronteira realizada em conjunto pelas Polícia Federal e Rodoviária Federal e Receita Federal. Teve também a participação do Exército e da Força Aérea Brasileira, entre outros órgãos.

- Operação Hidra - mobilizou 650 policiais federais e mais 450 outros agentes no desmembramento de uma das maiores quadrilhas de contrabandistas do País ("A Firma").

In November 2004 the Ministry of Justice established the National Council to Combat Piracy and Crimes Against Intellectual Property' (National Anti-Piracy Council or CNCP) composed of representatives from Ministers of the National Congress, in addition to the Federal Police, Federal Highway Police, Federal Taxation Agency, the National Secretariat for Public Security - SENASP and the private sector, which has six representatives of the industries which have suffered more as a result of the piracy problems in Brazil, and among the ABPD, the Brazilian Association of Phonogram Producers.

The CNCP is chaired by the Vice Ministry of Justice, Mr. Luiz Paulo Barreto, and was set up with the aim of devising the guidelines for the drafting of a National anti-Piracy Plan and implementing its execution.

In March 2005 the CNCP launched the National Anti-Piracy Plan involving approximately 100 actions in areas such as economy, education, repression and the institutional field.

In the repression sphere, the Federal Government, under the coordination of the CNCP conducted several raids in the Paraguayan border, especially in the area of the Iguazu Falls, with the aim of reducing the introduction of counterfeited products. Among these raids we may cite:

- Operation "Falls": conducted jointly with Federal and Highway Polices, the Federal Taxation Agency and other agencies. The outcome of this effort doubled the number of seizures carried out in the same period in the region.

- Operation "Golden Lion" - continued and intensified transbordering control raids, conducted jointly by the Federal and Highway Police forces as well as the

● Operação Comboio Nacional - a partir de levantamento de setores da Inteligência da Receita Federal em Foz do Iguaçu, foram identificados e apreendidos mais de 700 ônibus que serviam ao transporte de mercadorias ilegais escondidas sob o rótulo de "empresas de turismo".

O grande desafio do Governo passa a ser agora o combate aos pontos de venda de produtos piratas emblemáticos, além da manutenção do controle das fronteiras e aduanas.

Segundo o CNCP - Conselho Nacional de Combate à Pirataria, na Tríplice Fronteira, o aumento das apreensões de produtos falsificados foi de 122% no ano de 2005, em consequência das operações realizadas. "Só na fronteira foram 300 ônibus apreendidos, muitos deles transportavam, além de produtos piratas, armas, drogas e munição. Os efeitos da repressão já começam a ser sentidos: recentemente, a Receita proibiu o trânsito de CDs virgens importados pelo Paraguai por meio do Porto de Paranaguá", afirma o presidente do CNCP, Luís Paulo Barreto.

As atividades do Conselho Nacional de Combate à Pirataria não se limitam a ações de repressão, que continuarão sendo realizadas. Outras frentes de trabalho do Conselho estarão voltadas para a criação de ações educativas e de conscientização da população sobre os danos que a pirataria causa ao País. Além de estar previsto também uma frente de trabalho que busque mudanças na legislação a fim de torna-la mais eficaz e simplificada.

Segundo o balanço semestral de operações acompanhadas pela APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos nos primeiros seis meses de 2005, as autoridades brasileiras apreenderam mais de 13,2 milhões de CDs piratas, entre gravados e virgens. Também foram indiciadas cerca de 800 pessoas e, destas, 140 foram presas. "A expectativa do setor fonográfico é grande em relação aos resultados da atuação do CNCP virem a efetivamente reduzir a oferta de produtos no mercado informal", finaliza Paulo Rosa, diretor geral da ABPD.

● Federal Taxation Agency. Their actions were also assisted by forces from the Brazilian Army and the Air Force, among other organs.

● Operation Hidra - involving 650 federal policemen and over 450 additional agents, which acted in the dismantling of one of the largest smuggling gangs in Brazil ("the Firm").

● Operation National Convoy - Based upon intelligence findings within the Federal Taxation Agency in the Iguazu Falls, this operation resulted in the identification and seizure of over 700 buses involved in the transportation of illicit merchandise, and whose activities were carried out under the appearance of "tourism companies"

The great challenge for the Government now lies in the fight against points of sale of emblematic piratical goods, in addition to continued monitoring and control of borders and Customs.

According to the CNCP - The National Anti-Piracy Council - in the area of the Three Borders the number of seizures of counterfeited products increased 122% this year, as a result of the actions performed "three-hundred busses were seized in the border, many of them carrying, in addition to pirated goods, arms, drugs and ammunition. The effect of repression start to be felt now: recently the Federal Taxation Agency banned the transit of blank CDs imported into Paraguay through the Paranagua Port", says the CNCP chairman, Luis Paulo Barreto.

The activities of the National Anti-Piracy Council involve not only repression actions, which will continue, but also other fronts will address the setting up of educational and awareness campaigns for the population, on the damage that piracy causes to the country. Another area of work refers to the amendment of legislation, in order to make it more efficient and simple.

The operational report involving actions followed up by the APDIF, the Association for the Protection of the Intellectual Property Rights of the Phonographic Industry, comprising activities conducted during the first half of 2005, Brazilian authorities seized over 13.2 million pirate CDs, including recorded and blank carriers. Approximately 800 infringers were sued and from these 140 were jailed "The recording industry has great expectations in relation to the results to be eventually achieved by the CNCP, referring to the reduction in the availability of illicit products in the underground market", concludes Paulo Rosa, ABPD's Managing Director.

Composição do CNCP
Members of the CNPC

Presidente CNCP Chairman

Luiz Paulo Barreto

Ministério da Justiça
Ministry of Justice

Secretário Executivo Executive Secretary

Márcio Costa de Menezes e Gonçalves

Ministério da Justiça
Ministry of Justice

Representantes do Governo
Representatives from Government

● **Clodoaldo Hugueneu Filho**
Ministério das Relações Exteriores
Ministry of Foreign Affairs

● **Otávio Afonso dos Santos**
Ministério da Cultura
Ministry of Culture

● **Ricardo Augusto Panquestor Nogueira**
Ministério do Trabalho e Emprego
Ministry of Labor & Employment

● **Silvio Souza da Silva**
Câmara dos Deputados
Chamber of Representatives

● **Ronaldo Lázaro Medina**
Secretaria da Receita Federal
Secretariat for the Federal Taxation Agency

● **Márcio Heidi Suguieda**
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Ministry of Development, Industry and Foreign Trade

● **Francisco Carlos Matos Félix**
Ministério da Fazenda
Ministry of Finance

● **Francelino Lamy de Miranda Grandó**
Ministério da Ciência e Tecnologia
Ministry of Science & Technology

● **Humberto Lucena Pereira da Fonseca**
Senado Federal
Senate

● **Valquíria Souza Teixeira de Andrade**
Polícia Federal
Federal Police

● **Hélio Cardoso Derenne**
Polícia Rodoviária Federal
Federal Highway Police

Representantes da Sociedade Civil
Representatives from Civil Society

● **Paulo Rosa**
Setor Fonográfico - ABPD
Recording Industry

● **Gustavo Starling Leonardos**
Setor de Propriedade Intelectual - ABPI
Intellectual Property Field

● **André de Almeida**
Setor de Software - ABES
Software Industry

● **Carlos Alberto de Camargo**
Setor Audiovisual - ADEPI
Audio-Visual Industry

● **Enoch Bruder**
Setor Literário - ABDR
Literary Field

● **Emerson Kapaz**
Setores de Fumo, Bebida e Combustíveis - ETCO
Tobacco, Beverages and Oil Industries

6

Certificados Emitidos ABPD - 2004

Certification Awards ABPD - 2004

Certificados emitidos em 2004

Issues of Sales Awards 2004

CD Ouro

Gold CD

EMI

FELIPE DYLON
FELIPE DYLON

LEGIÃO URBANA
AS QUATRO ESTAÇÕES AO VIVO

OS PARALAMAS DO SUCESSO
UNS DIAS AO VIVO

SIMONE
BAIANA DA GEMA

CD Ouro

Gold CD

Indie
RECORDS

ALCIONE
FAZ UMA LOUCURA POR MIM

BETH CARVALHO
A MADRINHA DO SAMBA AO VIVO CONVIDA

FUNDO DE QUINTAL
FUNDO DE QUINTAL AO VIVO CONVIDA

GAL COSTA
TODAS AS COISAS E EU

JORGE ARAGÃO
DA NOITE PRO DIA

TEODORO & SAMPAIO
TEODORO & SAMPAIO AO VIVO CONVIDA

CD Ouro

Gold CD

LINE
RECORDS

J. NETO
ALÉM DAS APARÊNCIAS

JAMILY
TEMPO DE VENCER

CD Ouro

Gold CD

WK
RECORDS

ALDA CÉLIA
JARDIM SECRETO DA ADORAÇÃO

ALINE BARROS
SOM DE ADORADORES

DIVERSOS
OS ARREBATADOS

EYSHILA
NA CASA DE DEUS

FERNANDA BRUM
APENAS UM TOQUE

KLEBER LUCAS
PRA VALER A PENHA

NOVO SOM
VALE A PENHA SONHAR

RAYSSA E RAVEL
ALÉM DO NOSSO OLHAR

CD Ouro

Gold CD



SOM LIVRE

LULU SANTOS
PERFIL - LULU SANTOS

VÁRIOS
CAZUZA - O TEMPO NÃO PÁRA

VÁRIOS
CELEBRIDADE - SAMBA

VÁRIOS
DA COR DO PECADO - NACIONAL

VÁRIOS
MALHAÇÃO - NACIONAL

VÁRIOS
NOVELAS - TEMAS ITALIANOS

VÁRIOS
VERSÃO SERTANEJA

VÁRIOS
CLASSIC METAL

VÁRIOS
MALHAÇÃO - INTERNACIONAL

XUXA
XUXA - SÓ PARA BAIXINHOS 5

CD Ouro

Gold CD

SONY | BMG
MUSIC ENTERTAINMENT

ANA CAROLINA
ESTAMPADO

AVRIL LAVIGNE
UNDER MY SKIN

BELO
SEU FÃ

BRUNO & MARRONE
INEVITÁVEL

BRUNO & MARRONE
BRUNO & MARRONE AO VIVO

CAPITAL INICIAL
GIGANTE

CHICLETE COM BANANA
BORBOLETA AZUL

CHICO BUARQUE
CHICO BUARQUE AO VIVO - PARIS

CHICO BUARQUE
CHICO BUARQUE AO VIVO

CHRISTINA AGUILERA
STRIPPED

DANNI CARLOS
ROCK'N'ROAD ACÚSTICO

DANNI CARLOS
ROCK'N'ROAD AGAIN

DIVERSOS INTÉRPRETES
TSO DIRTY DANCING

DIVERSOS INTÉRPRETES
HV I DIVAS LIFE 99

DIVERSOS INTÉRPRETES
SAMBAS DE ENREDO 2002

DIVERSOS INTÉRPRETES
SAMBAS DE ENREDO 2003

ELIANA
DIGA SIM

EMMERSON NOGUEIRA
EMMERSON NOGUEIRA

EMERSON NOGUEIRA
VERSÃO ACÚSTICA

EROS RAMAZZOTTI
EROS LIVE

EROS RAMAZZOTTI
TUTTE STORIE

FÁBIO JR
FÁBIO JR ACÚSTICO

FAGNER
PEDRAS QUE CANTAM

FRANK AGUIAR
FRANK AGUIAR 10 ANOS

GERALDO AZEVEDO
COMIGO - AO VIVO

GIAN & GIOVANI
GIAN & GIOVANI AO VIVO

GRUPO FUNDO DE QUINTAL
GRUPO FUNDO DE QUINTAL AO VIVO
GRAVADO NO CACIQUE DE RAMOS

GRUPO FUNDO DE QUINTAL
SIMPLICIDADE

IRA!
ACÚSTICO MTV IRA!

KENNY G
GREATEST HITS

KENNY G
CLASSICS IN THE KEY OF G

KENNY G
LIVE

KENNY G
MONTAGE

KLB
KLB 2004

LEONARDO
LEONARDO AO VIVO

LEONARDO
LEONARDO CANTA GRANDES SUCESSOS

LUIZ GONZAGA & FAGNER
GONZAGÃO & FAGNER

MARCELO D2
EU TIRO É ONDA

MARCELO D2
ACÚSTICO MTV MARCELO D2

MARCELO D2
A PROCURA DA BATIDA PERFEITA

MARIA BETHÂNIA
DIAMANTE VERDADEIRO

NELSON GONÇALVES
50 ANOS DE BOEMIA VOL. 1

NELSON GONÇALVES
50 ANOS DE BOEMIA VOL. 2

NELSON GONÇALVES
50 ANOS DE BOEMIA VOL. 3

PADRE ANTÔNIO MARIA
MENSAGEIRO DO AMOR

ROUGE
BLÁ BLÁ BLÁ

SANTANA
SUPER NATURAL

SKANK
RADIOLA

THE CALLING
TWO

TONI BRAXTON
THE HEAT

TOQUINHO
30 ANOS DE MÚSICA

WHITNEY HOUSTON
THE GREATEST HITS

YANNI
YANNI LIVE AT THE ACROPOLIS

CD Ouro

Gold CD



ANDREA BOCELLI
CIELI DI TOSCANA

BLINK
BLINK 182

CAETANO VELOSO
A FOREIGN SOUND

ENGENHEIROS DO HAWAII
ACÚSTICO MTV ENGENHEIROS DO HAWAII

IVETE SANGALO
CLUBE CARNAVALESCO INOCENTES
EM PROGRESSO

NANDO REIS
NANDO REIS AO VIVO MTV

RIO NEGRO & SOLIMÕES
DE BEM COM A VIDA

CD Ouro

Gold CD



DANIEL
EM QUALQUER LUGAR DO MUNDO

DEMÔNIOS DA GAROA
50 ANOS

DETONAUTAS
ROQUE MARCIANO

ERIC CLAPTON
CLAPTON CHRONICLES

HUGO & TIAGO
HUGO & TIAGO

MADONNA
GHV2 - GREATEST HITS VOL. 2

PHIL COLLINS
LOVE SONGS

O RAPPA
O SILÊNCIO QUE PRECEDE O ESPORRO

OS TRAVESSOS
AO VIVO

THE SMITHS
SINGLES

TRACY CHAPMAN
TRACY CHAPMAN

VANGELIS
VANGELIS - 1942 - CONQUEST

CD Platina

Platinum CD



LEGIÃO URBANA
AS QUATRO ESTAÇÕES AO VIVO

OS PARALAMAS DO SUCESSO
UNS DIAS AO VIVO

CD Platina

Platinum CD



ALCIONE
FAZ UMA LOUCURA POR MIM

CD Platina

Platinum CD



FERNANDA BRUM
APENAS UM TOQUE

CD Platina

Platinum CD



VÁRIOS
NOVELAS - TEMAS ITALIANOS

VÁRIOS
MALHAÇÃO - INTERNACIONAL

SOM LIVRE

VÁRIOS
SENHORA DO DESTINO

XUXA
XUXA - SÓ PARA BAIXINHOS 5

CD Platina

Platinum CD



ALTEMAR DUTRA E CONVIDADOS
EU NUNCA MAIS VOU TE ESQUECER

BRUNO & MARRONE
BRUNO & MARRONE AO VIVO

BRUNO & MARRONE
INEVITÁVEL

EVANESCENCE
FALLEN

GIAN & GIOVANI
GIAN & GIOVANI AO VIVO

IRA!
ACÚSTICO MTV - IRA!

KENNY G
GREATEST HITS

KENNY G
LIVE

LEONARDO
LEONARDO CANTA GRANDES SUCESSOS

LEONARDO
LEONARDO AO VIVO

LULU SANTOS
EU E MEMÊ, MEMÊ E EU

PADRE ANTÔNIO MARIA
FESTA DA FÉ

SANTANA
SUPER NATURAL

CD Platina

Platinum CD



IVETE SANGALO
MTV AO VIVO - IVETE SANGALO

RIO NEGRO & SOLIMÕES
DE BEM COM A VIDA

U2
HOW TO DISMANTLE AN
ATOMIC BOMB

CD Platina

Platinum CD



DANIEL
20 ANOS DE CARREIRA - AO VIVO

DANIEL
EM QUALQUER LUGAR DO MUNDO

MARCO BRASIL
FESTA DE RODEIO

CD Platina Duplo

Double Platinum CD



SOM LIVRE
VÁRIOS
MALHAÇÃO INTERNACIONAL

CD Platina Duplo

Double Platinum CD



BRUNO & MARRONE
INEVITÁVEL

LEONARDO
LEONARDO AO VIVO

BRUNO & MARRONE
BRUNO & MARRONE AO VIVO

LEONARDO
LEONARDO CANTA GRANDES SUCESSOS

ELBA RAMALHO/ ZÉ RAMALHO/ GERALDO AZEVEDO
O GRANDE ENCONTRO

LULU SANTOS
EU E MEMÊ, MEMÊ E EU

DIVERSOS INTÉRPRETES
TSO O GUARDA-COSTAS

SÓ PRA CONTRARIAR
SÓ PRA CONTRARIAR AO VIVO

JOTA QUEST
MTV AO VIVO - JOTA QUEST

ZÉ RAMALHO
ANTOLOGIA ACÚSTICA

CD Platina Duplo

Double Platinum CD



ZECA PAGODINHO ACÚSTICO MTV ZECA PAGODINHO

CD Platina Triplo

Triple Platinum CD



BRUNO E MARRONE
INEVITÁVEL

DIVERSOS INTÉRPRETES
TSO O GUARDA-COSTAS

ELBA RAMALHO/ ZÉ RAMALHO/ GERALDO AZEVEDO
O GRANDE ENCONTRO

LEONARDO
LEONARDO CANTA GRANDES SUCESSOS

ZÉ RAMALHO
ANTOLOGIA ACÚSTICA

CD Platina Triplo

Triple Platinum CD



IVETE SANGALO
MTV AO VIVO - IVETE SANGALO

CD Diamante

Diamond CD



LEONARDO
LEONARDO CANTA GRANDES SUCESSOS

DVD Ouro

Golden DVD



OS PARALAMAS DO SUCESSO
UNS DIAS AO VIVO

DVD Ouro

Golden DVD



ALCIONE
FAZ UMA LOUCURA POR MIM

FUNDO DE QUINTAL
FUNDO DE QUINTAL AO VIVO CONVIDA

JORGE ARAGÃO
DA NOITE PRO DIA

MATOGROSSO & MATHIAS
MATOGROSSO & MATHIAS AO VIVO CONVIDA

RAIMUNDO FAGNER & ZECA BALEIRO
RAIMUNDO FAGNER & ZECA BALEIRO

TEODORO & SAMPAIO
TEODORO & SAMPAIO AO VIVO CONVIDA

DVD Ouro

Golden DVD



SOM LIVRE

MARGARETH MENEZES
MARGARETH MENEZES

XUXA
XUXA - SÓ PARA BAIXINHOS 5

DVD Ouro

Golden DVD

SONY BMG
MUSIC ENTERTAINMENT

ANA CAROLINA
ESTAMPADO

AVRIL LAVIGNE
MY WORLD

BRITNEY SPEARS
IN THE ZONE

BR'UZ
BR'UZ

BRUNO E MARRONE
BRUNO E MARRONE AO VIVO

CAPITAL INICIAL
ACÚSTICO MTV - CAPITAL INICIAL

CHICLETE COM BANANA
CHICLETE NA CAIXA, BANANA NO CACHO

FÁBIO JR
FÁBIO JUNIOR AO VIVO

IRA!
ACÚSTICO MTV - IRA!

LEONARDO
TODAS AS COISAS DO MUNDO

LUIZ GONZAGA
DANADO DE BOM

LULU SANTOS
MTV AO VIVO LULU SANTOS

MARCELO D2
MTV ACÚSTICO MARCELO D2

ROBERTO CARLOS
PRA SEMPRE AO VIVO NO PACAEMBU

SKANK
SKANK COSMOTRON MULTISHOW AO VIVO

SÓ PRA CONTRARIAR
SPC ACÚSTICO

WHITNEY HOUSTON
THE GREATEST HITS

YANNI
YANNI LIVE AT THE ACROPOLIS

ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO
AO VIVO NA ESTRADA



A-HA

HEADLINE AND DEADLINES

ALANIS MORISSETTE

FEAST ON SCRAPS

AMADO BATISTA

É O SHOW

ELTON JOHN

LIVE IN BARCELONA

ERIC CLAPTON

ONE MORE CAR, ONE MORE RIDER

ERIC CLAPTON

UNPLUGGED

FRANK SINATRA

IN JAPAN

LUIS MIGUEL

VIVO

LAURA PAUSINI

LIVE 2-1/2002 WORLD TOUR

LAURA PAUSINI

LIVE 2001 2002 WORDTOUR

MADONNA

GIRLIE SHOW LIVE DOWN

MADONNA

IMMACULATE COLLECTION

MADONNA

THE VIDEO COLLECTION 93-99

O RAPPA

O SILÊNCIO QUE PRECEDE O ESPORRO

RAIMUNDOS

MTV AO VIVO

RED HOT CHILLI PEPPERS

OFF THE MAP

RED HOT CHILI PEPPERS

LIVE AT SLANE CASTLE

RICK & RENNER

10 ANOS DE SUCESSO

ROLLING STONES

FOUR FLICKS

SARAH BRIGHTMAN

IN CONCERT

SIMPLY RED

GREATEST VIDEO HITS

THE CORRS

UNPLUGGED

TITÁS

VOLUME 2

VÁRIOS

CONCERT FOR GEORGE

DVD Ouro

Golden DVD



BABADO NOVO

UAU! BABADO NOVO AO VIVO

CHITÃOZINHO & XORORÓ

CHITÃOZINHO & XORORÓ AO VIVO
EM GARIBALDI

ENGENHEIROS DO HAWAII

10.000 DESTINOS

LUCIANO PAVAROTTI

THE PAVAROTTI & FRIENDS

NANDO REIS

NANDO REIS AO VIVO MTV

RIO NEGRO & SOLIMÕES

DE BEM COM A VIDA

ROGER WATERS

THE WALL - LIVE IN BERLIN

SANDY & JUNIOR

SANDY & JUNIOR AO VIVO NO MARACANÃ

VÁRIOS

CASA DE SAMBA AO VIVO

DVD Platina

Platinum DVD



ALCIONE

FAZ UMA LOUCURA POR MIM

BETH CARVALHO

A MADRINHA DO SAMBA AO VIVO CONVIDA

FUNDO DE QUINTAL

FUNDO DE QUINTAL AO VIVO CONVIDA

JORGE ARAGÃO

DA NOITE PRO DIA

DVD Platina

Platinum DVD



SOM LIVRE

XUXA

XUXA - SÓ PARA BAIXINHOS 5

DVD Platina

Platinum DVD



BRUNO E MARRONE
BRUNO E MARRONE AO VIVO

BRUNO E MARRONE
BRUNO E MARRONE ACÚSTICO - AO VIVO

CHICLETE COM BANANA
CHICLETE NA CAIXA, BANANA NO CACHO

JOTA QUEST
MTV AO VIVO - JOTA QUEST

ROBERTO CARLOS
PRA SEMPRE AO VIVO NO PACAEMBU

SÓ PRA CONTRARIAR
SPC ACÚSTICO

WHITNEY HOUSTON
THE GREATEST HITS

YANNI
YANNI LIVE AT THE ACROPOLIS

DVD Platina

Platinum DVD



CAETANO VELOSO
NOITES DO NORTE

IVETE SANGALO
MTV AO VIVO - IVETE SANGALO

RIONEGRO & SOLIMÕES
BATE O PÉ AO VIVO

VÁRIOS
UM BARZINHO, UM VIOLÃO AO VIVO

DVD Platina

Platinum DVD



CHER
LIVE IN LAS VEGAS

DANIEL
20 ANOS DE CARREIRA AO VIVO

GILBERTO GIL
KAYA N'GAN DAYA

MADONNA
DROWNED WORLD TOUR 2001

METALLICA
S&M

O RAPPA
O SILÊNCIO QUE PRECEDE O ESPORRO

PHIL COLLINS
SERIOUS HITS LIVE

PHIL COLLINS
LIVE & LOOSIE IN PARIS

SCORPIONS
ACOUSTICA

DVD Diamante

Diamond DVD



SOM LIVRE

XUXA

XUXA - SÓ PARA BAIXINHOS 5

DVD Diamante

Diamond DVD



BRUNO E MARRONE
BRUNO E MARRONE AO VIVO

ROBERTO CARLOS
PRA SEMPRE AO VIVO NO PACAEMBU

DVD Diamante

Diamond DVD



IVETE SANGALO
MTV AO VIVO - IVETE SANGALO

KID ABELHA
ACÚSTICO MTV KID ABELHA

SANDY & JUNIOR
QUATRO ESTAÇÕES - O SHOW

ZECA PAGODINHO
ACÚSTICO MTV ZECA PAGODINHO

DVD Diamante

Diamond DVD



MARIA RITA
MARIA RITA

DVD Diamante Duplo

Double Diamond DVD



IVETE SANGALO
MTV AO VIVO - IVETE SANGALO

Associadas ABPD

Member Companies ABPD

Marcos Maynard

Presidente
President

Amaury Bonatto

Vice-Presidente Financeiro e de Vendas
Sales and Finance Vice-President

Claudio Rabello

Diretor de Marketing Estratégico
e Artístico
Strategical and A&R Marketing Director

Edison Coelho

Diretor de Marketing
Marketing Director

André Liu

Diretor de Business Affairs
Business Affairs Director

**NACIONAIS
DOMESTICS**

Aileen
Alex & Konrado
Aliados 13
Blitz
Charlie Brown Jr
Cheiro de Amor
Delta K
Edson & Hudson
É O Tchan
Suel
Felipe Dylan
Frank Aguiar
Gil
Gino & Geno
Imaginasamba
Inimigos da HP
Ivan Lins
Jay Vaquer
Jorge Vercilo
J. Guarda (Erasmus & Wanderléia)
K-Sis
Kaic & Kainan
Latino

Leela
Liah
Marcela Biasi
Margareth Menezes
Marisa Monte
Martinho da Vila
Nalanda
Netinho
Nila Branco
Os Mulekes
Os Paralamas do Sucesso
Paolo
Rastapé
Rita Lee
Roberta Miranda
Rotor
Simone
Tânia Mara
Tianastácia
Tihuana
Tony Francis

**INTERNACIONAIS
INTERNATIONAL**

A Perfect Circle
Air
Al Green
Aleks Syntek
Amedeo Minghi
Anita Baker
Asian Dub Foundation
Athlete
Atomic Kitten
Audio Bullys
Beach Boys
Beastie Boys
Beatles
Ben Harper
Black Rebel
Motorcycle Club
Blind Guardian
Blind Melon
Blind Bys of Alabama
Blue
Blur
Carlos Vives
Chemical Brothers
Chingy

Coldplay
Coralie Clement
Courtney Love
Daft Punk
David Bowie
Dean Martin
Deep Purple
Depeche Mode
Dirty Vegas
Doves
Erasure
Everclear
Everything But the Girl
Fischerspooner
Fountains of Wayne
George Harrison
Gorillaz
Graham Coxon
Henri Salvador
Houston
Iron Maiden
Jane Birkin
Janet Jackson
Jethro Tull
Joe Cocker

John Lennon
Joss Stone
Junior Senior
Keith Urban
Kylie Minogue
Kraftwerk
Lenny Kravitz
LCD SounSystem
Madredeus
Marie Frederiksson
Marilion
Marjorie Fair
Massive Attack
Maxi Priest
Mariza
Mick Jagger
Miss Kittin
Moby
N.E.R.D
Norah Jones
Nick Cave
Paul McCartney
Pet Shop Boys
Phoenix
Pink Floyd
Placebo

Queen
Radiohead
Ramones
Ray Charles
Robbie Williams
Rolling Stones
Roxette
Richard Clayderman
Sarah Brightman
Sergio Godinho
Sex Pistols
Smashing Pumpkins
Steriogram
Supregress
Thalia
The Music
The Thrills
The Verve
The Vines
Tina Turner
Tiziano Ferro
UB 40
Wild
Yellowcard

Angel
Blue Note
Capitol

Chrysalis
Disky
Mute

EMI
EMI Classics
EMI Gold

IRS
Liberty
Narada

Parlophone
Phonomotor
Priority

Virgin
Virgin Classics

Simone Catto
Gerente de Imprensa
simone.catto@emimusic.com

Junia Oliveira
Gerente de Rádio
junia.oliveira@emimusic.com

Ilma Lobo
Gerente de TV
ilma.lobo@emimusic.com

Marcia Martins
Gerente de Marketing
Nacional
marcia.martins@emimusic.com

Alex Stevens
Gerente de Marketing
Internacional
alex.stevens@emimusic.com

Claudio Bezerra
Gerente de Vendas
claudio.bezerra@emimusic.com

Marcelo Spinasse
Gerente de Vendas
marcelo.spinasse@emimusic.com

EMI Music

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

🌐 www.emi.com.br

SÃO PAULO
Rua Tabapuã, 1123 - 16º andar
Itaim Bibi
CEP 04533-014
☎ (+ 55 11) 3078-0030



SOM LIVRE

Executivos
Executives

Roberto Pinheiro

Diretor Geral
Executive Director

Leonardo Ganem

Diretor Financeiro
Financial Director

Darcio Castro

Gerente Nacional de Vendas
Manager, National Sales

Gustavo Horta Ramos

Diretor de Marketing, Vendas e Artístico
Sales, Marketing and A&R Director

Dr. Roberto Souto

Assuntos Corporativos e Jurídicos
Corporate Affairs

André Werneck

Gerente Artístico
A&R 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

Globo Sony/BMG

Selos em parceria com a TV Globo:

In partnership with TV Globo:

Globo Vídeo

Artistas
Cast

Contratados por produto:
Contracted for product:

Xuxa

Wando

Marina Elali

Ivo Pessoa

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 Paraíso, 45 6º andar
Paraíso
CEP 04103-000
☎ (+ 55 11) 3016-3520 / 3521

Executivos Executives

Frank Welzer

CEO e Chairman América Latina
Chairman Latin America

Alexandre Schiavo

Gerente Geral
General Manager

Kevin Ridgely

Vice Presidente Executivo
Executive Vice-President

Marcelo Maron

Diretor de Vendas
Sales Director

José Soares

Diretor Jurídico
Juridic Director

Roberto Verta

Diretor de Marketing
Marketing Director

Vera Vaz

Diretora Financeira
Financial Director

Sergio Bittencourt

Diretor Artístico
Artistic Director

Bruno Batista

Gerente Artístico
Artistic Manager

Marcus Fabrício

Gerente de Marketing Estratégico
Strategic Marketing Manager

Cláudio Romano

Gerente de Marketing Nacional
Local Marketing Manager

Genésio Carvalho

Gerente Nacional de Rádio
Manager

Daniela Conolly

Supervisora de Artes
Art Supervisor

Isabel Viegas

Gerente de Marketing Internacional
International Marketing Manager

Ana Bueno

Gerente de Novos Negócios e Tecnologias
Manager

Alexandro Strack

Gerente de IS&T
IS&T Manager

Rosângela Almeida

Gerente de Marketing Nacional
Local Marketing Manager

Fernando Cabral

Gerente de Marketing Internacional
International Marketing Manager

Luis Felipe

Gerente de Promoção
Promotional Manager

Flávia Ribeiro

Gerente de Planejamento Financeiro
Financial Manager

Monica Uchoa

Gerente Royalties & Copyright
Royalties & Copyright Manager

Marco Altafini

Gerente de Operações
Operational Manager

Sabina Augras

Gerente Recursos Humanos
Manager

Selos Labels

Arsenal Music
Epic
RCA
Jive
Columbia
Arista
La Face Records

J Records
Sony Classical
BMG Classics
Legacy
BMG Heritage
Sony Music Nashville

RCA
Sony Wonder
Sony Urban Music
Amigo Records Arsenal
Polydisc
Gravadora Escola de Samba

Imprensa Press

Cristiane Simões
Supervisora Nacional de Imprensa
National Press Supervisor
cristiane.simoese@sonybmge.com

Elisa Palha
Promotora
Promoter
elisa.palha@sonybmge.com

Endereço Address

Sony BMG

www.sonybmge.com.br

RIO DE JANEIRO

Praia de Botafogo, 300-12º andar
Botafogo
CEP 22259-900
☎ (+ 55 21) 2559-5200
☎ (+ 55 21) 2553-1777

SÃO PAULO

Av. das Nações Unidas, 12.995- 16º andar
CJ 161 Brooklin Novo
CEP 04578-000
☎ (+ 55 11) 5507-2101
☎ (+ 55 11) 5507-2102

MANAUS - AM

Av. Buriti, 2.855
Distrito Industrial
CEP 69075-000
☎ (+ 55 92) 2121-8500
☎ (+ 55 92) 615-1468

NACIONAIS**DOMESTIC**

Adriana Calcanhotto
 Alexandre Pires
 Ana Carolina
 Araketu
 Arnaldo Antunes
 Belo
 Beto Guedes
 Br'Oz
 Bruno & Marrone
 Capital Inicial
 Chiclete Com Banana
 Chico Buarque
 Cidade Negra
 CPM 22
 Daniela Mercury
 Danni Carlos
 Dibob
 Dogão
 Dudu Nobre
 Elba Ramalho
 Dulce Quental
 Eletrosamba
 Eliana
 Emmerson Nogueira
 Fabio Jr.
 F.U.R.T.O.
 Gabriel, O Pensador
 Gian & Giovanni
 IRA!
 Jota Quest
 KLB
 Keoops e Raony
 Lenine
 Leonardo
 Los Hermanos
 Luiz Claudio & Giuliano
 Lulu Santos
 Marcelo D2
 Mauricio Manieri
 Padre Marcelo Rossi
 Pedro & Thiago
 Pique Novo
 Planet Hemp
 Roberto Carlos
 Rouge
 Skank
 Só Pra Contrariar
 Swing & Simpatia
 Titãs
 Vanessa da Mata
 Vinimax
 Wanessa Camargo
 Zé Ramalho
 Zezé Di Camargo & Luciano

INTERNACIONAIS**INTERNATIONAL**

AC/DC
 Aerosmith
 Alan Jackson
 Alice In Chains
 Alicia Keys
 Anastacia
 Andy & Lucas
 Angélique Kidjo
 Angie Stone
 Annie Lennox
 Anthony Hamilton
 Aretha Franklin
 Arthur Rubinstein
 Artie Shaw
 Arturo Toscanini
 Aterciopelados
 Audioslave
 Avril Lavigne
 B2K
 Babyface
 Backstreet Boys
 Backyard Babies
 Barbra Streisand
 Barry Manilow
 Beatmasters
 Ben Folds Five
 Ben Kweller
 Benny Goodman
 Beyonce
 Billy Joel
 Billy Ocean
 Black Sabbath
 Bob Dylan
 Boston Pops Orchestra
 Bowling For Soup
 Boyz II Men
 Brad Paisley
 Brian Wilson
 Britney Spears
 Brooks & Dunn
 Bruce Hornsby
 Bruce Springsteen
 Buddy Guy
 Busta Rhymes
 Carlinhos Brown
 Carly Simon
 CAKE
 Celine Dion
 Cesaria Evora
 Charlotte Church
 Chevelle
 Christina Aguilera
 Ciara
 Clannad
 Clipse
 Coldcut

Cole Porter
 Crazy Town
 Crosby / Nash
 Cyndi Lauper
 Cypress Hill
 Daren Hayes
 Daryl Hall & John Oates
 Dave Brubeck
 Dave Matthews Band
 David Bowie
 Death In Vegas
 Deborah Cox
 Des'ree
 Destiny's Child
 Dido
 Diego Torres
 Dixie Chicks
 Django Reinhardt
 Dolly Parton
 Duran Duran
 Eamon
 Earth Wind & Fire
 Eliane Elias
 Elvis Presley
 Ennio Morricone
 Eros Ramazzotti
 Etta James
 Eugene Ormandy
 Eurythmics
 Evgeny Kissin
 Faith Evans
 Faithless
 Fantasia
 Fats Waller
 Fiona Apple
 Five
 Flipmode Squad
 Foo Fighters
 Fuel
 Gary Moore
 George Benson
 George Michael
 George Winston
 Gino Vannelli
 Gloria Estefan
 Gloria Gaynor
 Good Charlotte
 Gretchen Wilson
 Groove Armada
 Gustavo Cerati
 Harry Connick Jr.
 Henry Mancini
 Il Divo
 Incubus
 Indigo Girls
 J-Kwon
 JC Chasez

Mario
 Mario Lanza
 Maroon 5
 Martina McBride
 Marvin Gaye
 Maxwell
 Men At Work
 Michael Bolton
 Michael Jackson
 Miles Davis
 Ministry
 Mobb Deep
 Modest Mouse
 Montgomery Gentry
 Montserrat Caballé
 Morrissey
 Motorhead
 Mudvayne
 Mystikal
 N'SYNC
 Nancy Sinatra
 Nas
 Natalie Imbruglia
 Natasha Bedingfield
 Neil Young
 Nilsson
 Nina Simone
 Oasis
 OutKast
 Outlandish
 Ozzy Osbourne
 Patty Smith
 Pearl Jam
 Phantom Planet
 Pink
 Pink Floyd
 P. Diddy
 Patrick Bruel
 Patti Smith
 Pearl Jam
 Perry Como
 Petey Pablo
 Phats & Small
 Placido Domingo
 R. Kelly
 Rage Against The Machine
 Raul Di Blasio
 Ravi Shankar
 Reel Big Fish
 Ricky Martin
 Robert Cray
 Robi Draco Rosa
 Rod Stewart
 Roger Sanchez
 Roger Waters
 Sade
 Santana

Sarah McLachlan
 Sasha
 Savage Garden
 Scorpions
 Shakira
 Shawn Colvin
 Shawn Mullins
 Simon & Garfunkel
 Spandau Ballet
 Stanley Clarke
 Steve Vai
 Sweet
 System Of A Down
 T-Rio
 TLC
 Tangerine Dream
 Tego Calderon
 The Alan Parsons Project
 The Ataris
 The Calling
 The Clash
 The Color Red
 The Cooper Temple Clause
 The Doobie Brothers
 The Electric Soft Parade
 The Fugees
 The Neptunes
 The Offspring
 The Ravonettes
 The Stone Roses
 The Strokes
 Three Days Grace
 Toni Braxton
 Tony Bennett
 Too \$hort
 Tool
 Tori Amos
 Train
 Travis
 Tunde
 Usher
 Velvet Revolver
 Waylon Jennings
 Westlife
 Whitney Houston
 Will Ackerman
 Willie Nelson
 Windham Hill Artists
 Wu-Tang Clan
 Wyclef Jean
 Yo-Yo Ma
 X-Press 2
 Xzibit
 ZZ Top
 Ziggy Marley

José Éboli

Presidente
President

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

A&M
Decca
Def Jam
Dreamworks
Geffen

Intercospe
Island
MCA
Mercury

Motown
Polydor
Universal
Verve

3 Doors Down	Chitãozinho & Xororó	Ja rule	Mark Knopfler	Sandy & Junior
50 Cent	Counting Crows	Jack Johnson	Mary J. Blige	Scissors Sisters
Alex Cohen	Davi Moraes	Jamie Cullum	Metallica	Shaggy
Anna Netrebko	Diana Krall	Jay Z	Nando Reis	Shania Twain
André Rieu	Donavon Frankenreiter	Jeito Moleque	Nelly	Simply Red
Andréa Bocelli	Eagle Eye Cherry	Jorge Ben Jor	Nelly Furtado	Smash Mouth
Angélica	Elton John	Juanes	New Found Glory	Sonic Youth
Ashlee Simpson	Elvis Costello	Juliana Diniz	Ney Matogrosso	Steve Wonder
Audioslave	Eminem	Katie Melua	No Doubt	Sting
Babado Novo	Emmanuel	Keane	Orishas	Sum 41
Beck	Engenheiros do Hawaii	Kid Abelha	Papa Roach	The Cranberries
Bjork	Enrique Iglesias	Limp Bizkit	Pedro Camargo Mariano	The Mars Volta
Black Eyed Peas	Era	Lionel Richie	Puddle of Mudd	The Killers
Blink 182	Godsmack	Live	Queens of the Stone Age	Tradição
Bon Jovi	Gori	Luciana Mello	Raça Negra	U2
Brava	Gwen Stefani	Mariah Carey	Rapazolla	Weezer
Bryan Adams	Helião e Negra Li	Marilyn Manson	Rio Negro & Solimões	Zeca Pagodinho
Caetano Veloso	Ivete Sangalo	Marjorie Estiano	Ronan Keating	Zélia Duncan

Belinha Almendra
Gerente Brasil
Manager
belinha@umusic.com

Hercília Castro
Coordenadora SP
Coordinator
hercilia.castro@umusic.com

Universal Music

RIO DE JANEIRO
A. Érico Veríssimo, 918
Barra da Tijuca
CEP 22621-180
☎ (+ 55 21) 3389-7656
📠 (+ 55 21) 2493-9327

🌐 www.universalmusic.com.br

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



Executivos Executives

Claudio Antonino Condé
Presidente Warner Music Brasil
Chairman, Warner Music Brazil

Alexandre Wesley
Diretor Artístico
Local A&R Director

Marcelo Maia
Diretor de Marketing
Marketing Director

Gonzalo Cardoner
Diretor Administrativo e Financeiro
Administrative and Finance 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

Atlantic
Chantecler
Continental
Curb Records
Disney Records

EastWest
Elektra
Hollywood Records
Lava
Maverick

Nonesuch
Rhino
Warner Bros
Warner Classics
WEA

Artistas Cast

NACIONAIS DOMESTICS

Amado Batista
Barão Vermelho
Cidia & Dan
Daniel
Detonautas
Frejat
Gilberto Gil
Gustavo Lins
Hugo & Tiago
Kelly Key
Maria Rita
O Rappa
Rodrigoinho
Rick e Renner

INTERNACIONAIS INTERNATIONAL

Alanis Morissette
Alejandro Sanz
Cher
David Byrne
Enya
Eric Clapton
Fleetwood Mac
Garbage
Goo Goo Dolls
Green Day
Hootie & The Blowfish
Jet
Jewel
Jorge Drexler

Josh Groban
KD Lang
Kid Rock
Laura Pausini
Linkin Park
Luis Miguel
Madonna
Maná
Matchbox Twenty
Michael Bublé
Michelle Branch
Missy Elliott
Morcheeba
Nappy Roots
New Order
Neil Young

P.O.D.
Pat Metheny
Phil Collins
Red Hot Chili Peppers
R.E.M.
Rush
Seal
Sean Paul
Simple Plan
Stone Temple Pilots
Sugar Ray
The Corrs
Tracy Chapman
Silverchair
Zwan

Marketing Marketing

MARKETING NACIONAL

Domestic Marketing
Marco Simões
Gerente
Manager
marco.simoes@warnermusic.com

MARKETING INTERNACIONAL

International Marketing
Danielle Machado
Gerente
Manager
danielle.machado@warnermusic.com

Enderço Address

Warner Music Brasil

www.warnermusic.com.br

RIO DE JANEIRO

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

SÃO PAULO

Av. Tamboré, 25 - 3º piso
Barueri
CEP 06460-000
☎ (+ 55 11) 4504-3050
📠 (+ 55 11) 4504-3097

Executivos Executives

Liber Gadelha

Presidente
President

Alexandre Martins

Vice-Presidente
Vice-President

Marcos Kilzer

Director Indie Publishing/ Internacional
International Indie Publishing Director

Jorge Lopes

Diretor Comercial
Commercial Director

Lenora Girafa

Diretora Administrativo Financeiro
Financial & Administrative, Director

Eduardo Pimentel

Assessor Business Affairs
Business Affairs, Counselor

Jorge Maurell

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

Maria Creusa Meza

Licenciamento/ Autorização
License & Clearances

Selos Labels

14 bis
Arsenal
Central Reggae
Fala Tu

Mega Records
Music Arte
Nega Produções

Regata Music
T-Rec
You Entertainment

Artistas Cast

Alceu Valença
Alcione
Cezar e Paulinho
Dany e Diego
Eliana Printes
Emílio Santiago
Erasmus Carlos
Fagner
Forróçacana
Grupo Fundo de Quintal

Leci Brandão
Jorge Aragão
Karla Sabah
Léo Maia
LS Jack
Luiz Melodia
Luiza Possi
Manimal
Mariana Davies
Marlon e Maicon

Matogrosso e Mathias
Neginho da Beija-Flor
Planta e Raiz
Stereó Box
Sukhoy
Teodoro & Sampaio
Tony Mariano - Di Menor
Tribo de Jah
Vinny

Imprensa Press

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

Indie Records

www.indie.com.br

Endereço Address

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

Mauro Macedo

Diretor
Director

Anderson Souza

Diretor
Director

Maurício Soares

Diretor Comercial
Commercial Director

Bp. Marcelo Silva

Diretor Artístico
Artistic Director

Executivos
Executives

Márcia Gonçalves

Divulgação RJ
Marketing RJ
marciagoncalves@linerecords.com.br

Raquel Modesto

Divulgação SP
Marketing SP
raquelmodesto@linerecords.com.br

Imprensa
Press

Adilson Silva

Alex Filho

Beno César

Bruna Mello

Edilson Maia

Erlon

Eduardo Cardozo

Fernanda Lara

Francisco De Assis

Gerson Cardozo

Gilson

Gisele Nascimento

Isis Regina

J. Neto

Jamily

Janaína

Kades Singers

Kim

Leonor Machado

Mara Maravilha

Marcelo Brayner

Marcelo Domingues

Pâmela Suellen

Robson Nascimento

Tino

Artistas
Cast

New Music

- Symony (New Music)
- Catedral

Selos
Labels

Line Records

RIO DE JANEIRO
Rua General Gustavo Cordeiro de Farias, nº 84
Benfica
CEP 20910-220
☎ (+ 55 21) 2125-1700

🌐 www.linerecords.com.br

Endereço
Address



Executivos
Executives

Yvelise de Oliveira

Presidente
President

Cristina Xisto

Diretora Administrativa
Administrative Director

Marina de Oliveira

Diretora Artística
Director, A&R

Carlos Knust

Gerente Comercial
Sales Manager

Imprensa
Press

Alomara Andrade

alomara@mkpublicita.com.br

Laudeli Leão

laudelileao@mkpublicita.com.br

ARTISTAS EXCLUSIVOS

Alda Célia

Alex & Alex

Alex Gonzaga

Aline Barros

Andrea Fontes

Bruna Karla

Cassiane

Cassiane e Jairinho

Comunidade Internacional da Zona Sul

Cristiane Carvalho

Déio Tambasco

Ellas

Eyshila

Fernanda Brum

Fruto Sagrado

Igreja Batista Nova Ebenézer

Igreja Batista Nova Jerusalém

Jozyanne

Kleber Lucas

Léa Mendonça

Liz Lanne

Magno Malta

Marco Aurélio

Marcos Góes

Marina de Oliveira

Marquinhos Gomes

Marquinhos Menezes

Nádia Santolli

Novo Som

Oficina G3

Pamela

PG

Quatro Por Um

Rayssa e Ravel

Rozeane Ribeiro

Tempero do Mundo

Voices

DISTRIBUIÇÃO

Banda União Ágape

Consciência & Verdade

Igreja Batista Em Barra de Imbuí

Artistas
Cast

Endereço
Address

MK Publicitá

RIO DE JANEIRO

Rua Gotemburgo, 211 São Cristóvão

CEP 20941-080

☎ (+ 55 21) 3891-9300

🌐 www.mkpublicita.com.br

🌐 www.mknews.com.br

Maria Toda
Presidente
President

Eliane De Prá
Coordenadora
Coordinator

T.M. Dambros
Marketing
Marketing

Adriana

João Collares

Pe. Joãozinho, scj

André Luna

Jorge Trevisol

Pe. Paulo

Antonio Cardoso

Jonny

Pe. Reginaldo Carreira

Banda Bom Pastor

José Acácio Santana

Pe. Zezinho, scj

Banda do Céu

Juliana de Paula

Roney Marczak e Christian Ruvolo

Banda Magnificat

Ghislaine Cantini

Sílvio Brito

Beto e Betinho

Grupo Agnus Dei

Tawane e Vinícius

Cantores de Deus

Grupo Chamas

Theo de Barros

Celso Pixinga

Grupo Kaskata

Trio Ir ao Povo

Comunidade Recado

Maninho

Toninho Carrasqueira

Dra. Núbia

Maria José Carrasqueira

Vida Reluz

Elaine Cristina

Marquinho e Gilbert

Walmir Alencar

Emmanuel

Martin Valverde

Wilker Viana

Eudóxia de Barros

Newton Helinton

Ziza Fernandes

Fábio de Melo

Norma Holtzer e Mariana Thaís Secondo

Zé Martins

Ir. Míria Kolling

Pe. Agnaldo José

Zé Vicente

Jazz 6

Pe. João Carlos

Artistas
Cast

Paulinas COMEP

Selos
Labels

Geral

Company e-mail
comep@paulinas.org.br

Imprensa

Press
comepmarketing@paulinas.org.br

Imprensa
Press

Paulinas

www.paulinas.org.br

SÃO PAULO

Rua Botucatu, 171 Vila Clementino

CEP 04023-060

☎ (+ 55 11) 5088-7966

📠 (+ 55 11) 5571-0500

Endereço
Address

Executivos

Executives

Isaac Hems

Diretor Comercial/Industrial
Industrial and Commercial Director

Sérgio Alhadef

Diretor Administrativo
Administrative Director

Roberto Hems

Diretor Financeiro
Financial Director

Cibele Fonseca

Gerente de Marketing
Marketing Manager

Imprensa

Press

Rosa Arrais Comunicação e Assessoria

Rosa Arrais
rosa@rosarrais.com.br
☎ (+ 55 11) 3672-3531

Endereço

Address

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

SÃO PAULO
Av. Tucunaré, 550 - Tamboré - Barueri - SP
CEP 06460-020
☎ (+ 55 11) 2105-1300
✉ sim@microservicedigital.com.br

Executivos

Executives

Raul Joseph

Presidente
President

Bruno Raffaelli Junior

Diretor Industrial
Industrial Director

Nelson Arrojo

Diretor de Logística e Distribuição
Logistic and Distribution Director

Paulo Gomes

Diretor Comercial
Commercial Director

Fernando Talocchi

Diretor Financeiro
Financial Director

Wagner Sampietro

Gerente de Vendas
Sales Manager

Imprensa

Press

Christina Rocha

Assistente de Marketing
Marketing Assistant
christina.rocha@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



gradiente

Executivos

Executives

Eugênio Emílio Staub

Presidente
President

Moris Arditti

Vice-Presidente de Novos Negócios
New Projects Vice-President

Richard Staub

Vice-Presidente
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
CEP 05423-911
☎ (+ 55 11) 3097-7000



Executivos

Executives

Augusto Cano

Presidente
President

Joca Ribeiro

Diretor Artística
Director, A&R

Luca Salvia

Diretor Executive
Executive Director

Imprensa

Press

Luca Salvia

luca@sunshine.art.br

Artista

Cast

Harmonia do Samba

Endereço

Address

Sunshine

🌐 www.sunshine.art.com

SÃO PAULO

Alameda Jaú, 1.742 - 3º andar
Cerqueira César
CEP 01420-904
☎ (+ 55 11) 3068-7700

Institucional IFPI/ABPD

Corporate Information IFPI/ABPD

A

Alemanha Germany

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

Austrália Australia

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

Arábia Saudita Saudi Arabia

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

Argentina Argentina

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

Áustria Austria

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

África do Sul South Africa

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

B

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

C/D

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

Dinamarca Denmark

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

E

Espanha Spain

AFYVE - Asociación Fonográfica y
Videográfica Española
www.afyve.com
+34 (91) 555 8196
afyve@afyve.com

Estados Unidos United States

RIAA - Recording Industry Association
of America Inc.
www.riaa.com
+1 (202) 775 0101

Egito Egypt

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

F

Formosa Taiwan

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

Finlândia Finland

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

França France

SNEP - Syndicat National de l'Édition
Phonographique
www.disqueenfrance.com
+33 (1) 4413 6666
caroline.moussier@snepmusique.com

G

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

H

Holanda Netherlands

Nederlandse Vereniging van
Producenten en Importeurs van beeld-
en geluidsdragers

🌐 www.nvpi.nl
☎ +31 (35) 625 4411
✉ info@nvpi.nl

Hong Kong Hong Kong

IFPI (Hong Kong Group) Ltd

☎ +852 (2865) 5863
✉ main@ifpihk.org

Hungria Hungary

MAHASZ - Magyar Hanglemezkiadók
Szövetsége

🌐 www.mahasz.hu
☎ +36 (1) 391 4200
✉ info@mahasz.hu

I

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

Itália Italy

FIMI - Federazione Industria Musicale
Italiana

🌐 www.fimi.it
☎ +390 2 795 879
✉ enzo.mazza@fimi.it

Israel Israel

Israel National Group - IFPI

☎ +972 (3) 613 0715 /613 0716
✉ nili@ifpi.co.il

J

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

M

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

N

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

P/Q

Polónia Poland

Związek Producentów 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

Quênia Kenya

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

R

Reino Unido United Kingdom

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

República Tcheca

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

República Eslovaca

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

S

Singapura Singapore

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

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

T/V

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
muyap@mu-yap.org

Venezuela Venezuela

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



Reino Unido United Kingdom

54 Regent Street
W1B 5RE
Londres London

+44 (0)20 7878 7900
+44 (0)20 7878 7950
info@ifpi.org
www.ifpi.org



A ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos, fundada em abril de 1958, como entidade representante dos maiores produtores fonográficos operando no Brasil. Seu objetivo primordial é criar condições que auxiliem a indústria a preservar o mercado de música, e a desenvolver novos mercados e novas tecnologias de comercialização de conteúdo musical, combater a pirataria física e "on-line", lutar por uma legislação eficaz de proteção aos direitos autorais e conexos, e promover a correta valorização da música como bem cultural e econômico.

Além disso, a ABPD dedica-se a conciliar os interesses de suas representadas com os de outras categorias de titulares de direitos autorais, e a realizar levantamentos estatísticos e pesquisas de mercado.

A ABPD é filiada a IFPI www.ifpi.org (International Federation of the Phonographic Industry) - Federação Internacional da Indústria Fonográfica, que agrega cerca de 1.400 gravadoras em 76 países.

A Associação também é responsável pela emissão dos certificados que autorizam as gravadoras a premiar intérpretes com "discos especiais" (Discos de Ouro, Platina e Diamante), em decorrência de grandes volumes vendidos.

Para reprimir a pirataria, a ABPD criou, em 1995, a APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, que tem como objetivo a promoção do combate à pirataria musical em seu aspecto operacional, logístico e jurídico.

The Brazilian Association of Record Producers, ABPD was set up in April 1958 and represents the largest phonogram producers established in Brazil. The priorities of the ABPD are to develop conditions to assist the industry in preserving the music market and developing new markets and music marketing technologies, as well as fighting online piracy and promoting appropriate legislation in the areas of copyright and neighboring right, in addition to promoting awareness of music as a cultural and economic value.

Furthermore, the ABPD is engaged in conciliating the interests of the companies it represents with those of other title-holders in the area of copyright, as well as gathering statistical data and conducting market research and surveys.

The ABPD is affiliated to the umbrella association, the International Federation of the Phonographic Industry, IFPI (www.ifpi.org), with over 1.450 member companies in 76 countries.

The ABPD is also responsible for the issuance of certification awards authorized by recording companies, in recognition of the work of performers, through the awarding of "special discs", i.e. Gold, Platinum and Diamond Discs, for units sold.

In the anti-piracy area, the ABPD established the Association for the Protection of the Intellectual Property Rights of the Phonographic Industry, APDIF, in 1995, and this body is involved since then in the fight against music piracy in their operational, logistic and legal aspects.

João Araújo

Presidente
President

Eduardo Rajo

Diretor Financeiro e de Novos Negócios
Finance and New Projects Director

Paulo Rosa

Diretor Geral
Managing Director ABPD

Valdemar Ribeiro

Diretor Apdif
Director of Apdif

Executives

Executivos

Edna Calheiros

Coordenadora
Coordinator
edna.calheiros@abpd.org.br

Communication

Comunicação

ABPD**RIO DE JANEIRO**

Rua Marquês de São Vicente, 99 - 1º andar
CEP 22451-041

☎ (+ 55 21) 2512-9908

☎ (+55 21) 2259-4145

🌐 www.abpd.org.br

SÃO PAULO

Rua Haddok Lobo, 585 - 3º andar - Jardins
CEP 01414-100

Address

Endereço

Ficha Técnica

Acknowledgments

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

Colaboração **Francisca Passos**
Cooperation

Projeto Gráfico **Silvia Azevedo**
Graphic Design

Tradução **Cristina Otálora**
Translation

Fotolito **Rainer**
Photolithography

Impressão **Rainer**
Printing