Mercado
Brasileiro
de Música
2006
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DOS PRODUTORES DE DISCOS
ABPD

Sumário

Mercado Fonográfico Brasileiro	03
Mercado Mundial de Música Digital	09
Pirataria de Música no Brasil	15
Institucional ABPD	19
Ficha Técnica	19

Apresentação

O relatório anual da ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos, intitulado Mercado Brasileiro de Música, visando mais uma vez o desenvolvimento do setor e o melhor conhecimento deste mercado, apresenta para os meios de comunicação, profissionais do mercado, estudantes e público em geral, pelo sétimo ano consecutivo, as principais informações sobre o setor fonográfico no Brasil e no mundo em 2006.

Esta edição, que pela primeira vez está sendo apresentada ao público somente na versão digital, traz dados estatísticos nacionais do mercado fonográfico, incluindo o combate à pirataria, e dados sobre o consumo de música na internet.

O anuário Mercado Brasileiro de Música 2006 dá continuidade ao projeto da ABPD de cada vez mais disponibilizar informações sobre o setor fonográfico.

O download desta publicação pode ser feito de forma gratuita no site da ABPD, porém qualquer citação das informações contidas neste documento devem obrigatoriamente citar a fonte do mesmo que é a Associação Brasileira dos Produtores de Discos.

1 Mercado Fonográfico Brasileiro

Mercado Fonográfico Brasileiro - 2006

Em 2006, as vendas de música no Brasil apresentaram retração de cerca de 26% em valores quando comparadas com as vendas de 2005

O mercado brasileiro de música movimentou em 2006 cerca de R$ 454,2 milhões, valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à Associação Brasileira dos Produtores de Discos - ABPD, o que representa um declínio de 26,2% em comparação ao ano de 2005, quando o mercado movimentou R$ 615,2 milhões. Já em unidades vendidas, a queda nas vendas totais do setor fonográfico foi da ordem de 28,7% em relação a 2005, com um total de cerca de 37,7 milhões de unidades.

Segundo a Associação este resultado negativo, que vem sendo apresentado nos últimos anos e que se somado aos anos anteriores representa uma queda de mercado, em valores, da ordem de 49% nos anos 2000, pode ser atribuído à pirataria física contínua nos últimos anos e a troca ilegal de arquivos musicais que acontece de forma desenfreada pela Internet aqui no Brasil e no mundo.

Quando observamos os faturamentos dos últimos anos constatamos que de 2000 a 2006 a queda nas vendas já é de quase 50%

Vendas totais em valores e unidades*

Ano	Vendas Totais (R$)	Unidades Totais
2000	891 milhões	94 milhões
2001	677 milhões	72 milhões
2002	726 milhões	75 milhões
2003	601 milhões	56 milhões
2004	706 milhões	66 milhões
2005	615,2 milhões	52,9 milhões
2006	454,2 milhões	37,7 milhões
Variação(2005/2006)	(- 26,2) %	(- 28,7) %

Fonte: ABPD (valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD)
*As estatísticas acima compreendem os números de vendas de CDs, DVDs e VHs musicais, contabilizados os produtos promocionais / "premium" comercializados com finalidade de promoção, sem venda direta ao consumidor.

Desse total, 75% das vendas (em unidades) correspondem a produtos nacionais, contra 23% de produtos internacionais e 2% de clássicos.

Formatos

Quando se abre o resultado do balanço de 2006 pelos segmentos de Áudio (CD) e Vídeo (DVD + VHS), observamos os desempenhos a seguir para setor musical brasileiro:

Áudio

No segmento de áudios musicais a performance do mercado fonográfico brasileiro em 2006, comparada a 2005, apresentou a retração de 30% em valores faturados (R$ 322 milhões) e de 32% em unidades líquidas vendidas, o que representa 31,4 milhões de unidades (venda bruta menos devoluções).

As vendas de música no Brasil continuam apresentando seu forte traço nacional quando observamos que 78% das unidades de CDs vendidas em 2006 foram de produtos nacionais, quase o mesmo patamar do ano anterior.

Ano	Vendas Totais de Áudio* (R$)	Unidades Totais de Áudio*
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
2005	460,5 milhões	46,2 milhões
2006	322 milhões	31,4 milhões
Variação(2005/2006)	(- 30)%	(-32) %

Fonte: ABPD (valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD)
* As estatísticas acima compreendem os números de vendas de CDs, DVDs e VHs musicais, contabilizados os produtos promocionais / "premium" comercializados com finalidade de promoção.

Desse total, 78% das vendas (em unidades) correspondem a produtos nacionais, contra 20% de produtos internacionais e 2% de clássicos.

Vídeo

Quanto ao segmento dos vídeos musicais, que representaram em 2006 cerca de 29,1% do total da indústria fonográfica em valores faturados (contra 25,2% em 2005), o segmento apresentou, pelo segundo ano consecutivo, queda nas vendas. O balanço do segmento em 2006 mostra uma retração de 14,6% em valores, com R$ 132,1 milhões movimentados, e de 4,5% em unidades, o que representa 6,3 milhões de unidades vendidas.

Quanto as vendas de DVDs musicais, os produtos nacionais também são maioria nas vendas com o índice de 60% da preferência do consumidor, 3 pontos percentuais acima da média de 2005, que registrou 57% para a categoria local.

Ano	Vendas Totais de Vídeo* (R$)	Unidades Totais de Vídeo*
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
2005	154,7 milhões	6,6 milhões
2006	132,1 milhões	6,3 milhões
Variação(2005/2006)	(- 14,6) %	(- 4,5) %

Fonte: ABPD (valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país à ABPD)
* As estatísticas acima compreendem os números de vendas de CDs, DVDs e VHs musicais, contabilizados os produtos promocionais / "premium" comercializados com finalidade de promoção.

Desse total, 60% correspondeu a venda de unidades nacionais (em 2005 o percentual registrado foi de 57%), 38% foram de unidades internacionais vendidas e 2% de clássicos, mesmo índice registrado nas vendas de CDs.

TOP 20

Quando se abre o resultado do balanço de 2006 pelos segmentos de Áudio (CD) e Vídeo (DVD + VHS), observamos os desempenhos a seguir para setor musical brasileiro:

OS 20 CDS MAIS VENDIDOS - 2006

	Artista	Álbum	Gravadora
1	Padre Marcelo Rossi	"Minha Benção"	Sony BMG
2	Caio Mesquita	"Jovem Brazilidade"	EMI Music
3	Rebelde	"Nuestro Amor"	EMI Music
4	Roberto Carlos	"Duetos"	Sony BMG
5	Ana Carolina	"Estampado"	Sony BMG
6	Bruno & Marrone	"Ao Vivo Em Goiânia"	Sony BMG
7	Vários	"Bem Funk - DJ Marlboro"	Som Livre
8	Zezé Di Camargo & Luciano	"Diferente"	Sony BMG
9	Kid Abelha	"Acústico MTV"	Universal Music
10	Jota Quest	"MTV Ao Vivo"	Sony BMG
11	Vários	"Belíssima Internacional"	Som Livre
12	Marisa Monte	"Infinito Particular"	EMI Music
13	Marisa Monte	"Universo Ao Meu Redor"	EMI Music
14	Rebelde	"Nosso Amor Rebelde"	EMI Music
15	Rebelde	"Live In Hollywood"	EMI Music
16	Ana Carolina	"Dois Quartos"	Sony BMG
17	Mayck e Lyan	"Defendendo A Tradição"	EMI Music
18	Vários	"Páginas Da Vida Internacional"	Som Livre
19	Skank	"MTV Ao Vivo"	Sony BMG
20	Vários	"Páginas Da Vida Nacional"	Som Livre

OS 20 DVDS MAIS VENDIDOS - 2006

	Artista	Álbum	Gravadora
1	Rebelde	"Live In Hollywood"	EMI Music
2	Roberto Carlos	"Duetos"	Sony BMG
3	Rebelde	"Tour Generation Rbd"	EMI Music
4	Rebelde	"Que Hay Detras De Rbd"	EMI Music
5	Bruno & Marrone	"Ao Vivo Em Goiânia"	Sony BMG
6	Zeca Pagodinho	"Acústico MTV 2 Gafieira"	Universal Music
7	Pink Floyd	"Pulse"	Sony BMG
8	Xuxa	"O Show Ao Vivo"	Som Livre
9	O Rappa	"Acústico MTV"	Warner Music
10	Barão Vermelho	"MTV Ao Vivo - Best Of"	Warner Music
11	U-2	"2005 Vertigo"	Universal Music
12	Roupa Nova	"Acústico 2"	Universal Music
13	Roupa Nova	"Acústico"	Universal Music
14	Asa de Águia	"Ao Vivo"	Som Livre
15	Ana Carolina & Seu Jorge	"Ana & Jorge"	Sony BMG
16	Vários	"Amigos"	Som Livre
17	Ivete Sangalo	"MTV Ao Vivo"	Universal Music
18	O Rappa	"O Silêncio Q Precede o Esporro"	Warner Music
19	Caio Mesquita	"Ao Vivo"	EMI Music
20	Gino & Geno	"A Galera Do Chapéu Ao Vivo"	EMI Music

2 Mercado Mundial de Música Digital

Mercado Mundial de Música Digital

As estimativas mundiais indicam que os ***downloads*** de ***singles*** subiram 89% de 2005 para 2006, chegando a 795 milhões de faixas sendo baixadas.

As gravadoras vêm se transformando gradualmente em verdadeiras companhias digitais, e as estimativas indicam que em 2006, as vendas digitais representaram 11% do mercado mundial de música, o que gerou um faturamento aproximado de 2 bilhões de dólares com a música *on-line* ou através dos celulares, quase o dobro do valor do mercado no ano passado.

Dentre as novidades em 2006, a quantidade de músicas disponíveis na Internet duplicou, chegando a 4 milhões de faixas, milhares de álbuns foram lançados em vários formatos e plataformas digitais e os serviços financiados pela publicidade se transformaram em fonte de receita para as gravadoras.

As vendas mundiais de música digital duplicaram em 2006, totalizando US$ 2 bilhões, o que representa 11% do total do mercado.

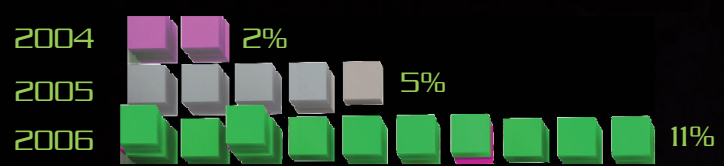
Entretanto, apesar deste bom desempenho, a música digital ainda não atingiu um nível de representatividade financeira a ponto de compensar o declínio nas vendas físicas de CDs. Enquanto isso, a pirataria *on-line* e a desvalorização do conteúdo musical são ameaças reais para o emergente negócio de música digital.

As faixas disponíveis na rede duplicaram no último ano, atingindo quatro milhões, disponibilizadas através de 500 serviços ***on-line*** em mais de 40 países no mundo.

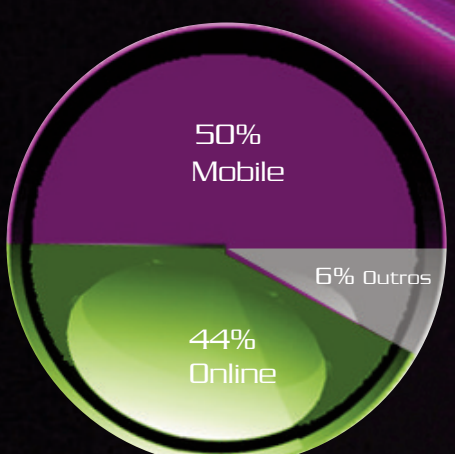
Pesquisas divulgadas pela **IFPI – Federação Internacional da Indústria Fonográfica** sugerem que as ações legais impetradas contra os *uploaders* em grande escala nos serviços P2P – 10 mil deles foram processados judicialmente em 18 países em 2006 – resultaram na redução da proporção dos usuários de Internet envolvidos freqüentemente na troca ilícita de arquivos nos mercados chaves da Europa.

Evolução do Mercado de Música Digital no Mundo

Em 2004 o índice de música digital no mundo era de 2% e dois anos depois esse mesmo índice já chega a 11%.



Esses 11% registrados se dividem em 44% de vendas *on-line* (via internet) e 50% para celular.



O mercado digital beneficia o consumidor de música

A receita mundial das vendas de música digital dobrou em 2006, chegando a quase dois bilhões de dólares e em 2010 espera-se que pelo menos 25% de todas as vendas de música no mundo sejam digitais.

Os consumidores estão vendo que a tecnologia digital está ajudando a mudar seus hábitos de compra. Estão aproveitando as prateleiras ilimitadas que oferecem música nas lojas digitais, comprando gravações que já teriam sumido das prateleiras inclusive das maiores lojas físicas de discos.

Também vale citar a diversificação dos canais de distribuição de música digital. Os serviços de *download à-la-carte*, liderados pelo iTunes, continuam sendo o formato digital dominante, mas competem numa economia mista com os serviços para assinantes, os *mastertones* para celular e mais recentemente com os novos modelos e pacotes de licenciamento impulsionados pela publicidade, tais como os sites YouTube e MySpace.

A música para celular representou aproximadamente a metade da receita global em conceito de música digital em 2006, mas a divisão entre serviços para celular e *on-line* varia diametralmente de país a país. No Japão perto de 90% das vendas de música digital resultam das compras pelo celular. O ano de 2007 poderá balizar o mercado de música para celulares, já que os fabricantes de aparelhos tais como Nokia e Sony Ericsson continuam desenvolvendo as suas séries de telefones musicais, enquanto a Apple já lançou o seu iPhone.

A música para celular representou aproximadamente a metade da receita global em conceito de música digital em 2006.

Os reprodutores de música portáteis são um dos maiores impulsionadores do crescimento no setor digital. As novas cifras demonstram que a proporção de donos de reprodutores portáteis que alimentam seus aparelhos principalmente de *downloads* pagos é praticamente idêntica à proporção dos que baixam música de sites P2P não autorizados ou de sites de música grátis (14%). Porém, ainda é baixo o percentual de músicas compradas e armazenadas em players portáteis.

O ano de 2006 testemunhou também importantes casos de sucesso contra os operadores ilegais; incluindo o Kazaa na Austrália, o Bearshare nos Estados Unidos, o ZoekMP3 na Holanda e o Kuro em Taiwan.

Os analistas do Instituto Independente de Pesquisas Júpiter sugerem que a quantidade recorde de processos judiciais contra os uploaders em grande escala, iniciados em 2006, surtiram um efeito desestimulador entre aqueles envolvidos na troca ilícita de

arquivos. Ao mesmo tempo que a penetração de banda larga na Europa dobrou para 40% entre 2004 e 2006, a proporção de usuários regularmente utilizando serviços ilegais de compartilhamento de arquivos caiu de 18% pra 14%. Nos Estados Unidos, os processos foram o motivo mais citado pelos usuários de computador que passaram a optar pela mudança dos serviços não autorizados P2P para os downloads legais (NPD, junho 2006).

O ano de 2006 testemunhou também importantes casos de sucesso contra os operadores ilegais: incluindo o Kazaa na Austrália, o Bearshare nos Estados Unidos, o ZoekMP3 na Holanda e o Kuro em Taiwan

Porém a pirataria digital constitui ainda um problema para a indústria musical e uma das razões principais pelas quais o crescente mercado digital legítimo não poderá compensar a queda do mercado físico em 2006.

Segundo John Kennedy, Presidente e CEO da IFPI, a indústria fonográfica vem evoluindo atualmente para um pensamento digital, e para um sofisticado negócio digital. A receita dobrou em 2006, chegando a quase dois bilhões de dólares e em 2010 espera-se que pelo menos 25% de todas as vendas de música no mundo sejam digitais.

Segundo a Associação Brasileira dos Produtores de Discos - ABPD, as estatísticas apresentadas pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica – IFPI demonstram como a indústria da música está priorizando o mercado digital dentro de suas operações em escala mundial. Até pela maior penetração de acesso à Internet, banda larga, posse de equipamentos pela população, etc., este movimento é por enquanto, mais visível nos mercados estabelecidos nos países mais desenvolvidos. Entretanto, mesmo em mercados emergentes como o Brasil, as receitas com música digital, aí incluídas aquelas advindas da comercialização via telefonia móvel e Internet, já começaram a partir dos últimos anos a crescer significativamente e a representar parcela importante no planejamento para os próximos anos de cada companhia operando no Brasil.

Hoje já existem cerca de 30 lojas virtuais devidamente licenciadas vendendo música *on-line* no Brasil

Apesar do mercado digital no País apresentar ainda uma certa hegemonia da telefonia móvel, é certo também que 2006 ficou marcado pelo surgimento de novos parceiros comerciais na Internet. Hoje são cerca de 30 lojas virtuais devidamente licenciadas vendendo música *on-line* no Brasil e as companhias têm lançado seus produtos no mercado digital simultaneamente ao lançamento no mercado físico. O esforço para digitalização de cada catálogo continua, e cada vez mais repertório é encontrado com mais facilidade nas lojas *on-line* legalizadas.

Breve história da música digital

1983

A partir do desenvolvimento do Compact Disc - CD, que foi lançado neste ano, a música, que tinha até aqui como suporte original o disco de vinil ou a fita cassete, passa a contar com um novo suporte .

1991

Surge na Europa o formato MPEG Áudio-Layer2, um dos primeiros a comprimir música digital com alguma qualidade, o que facilitou a transferência de arquivos e também passou a habitar os computadores.

1995

Surge o formato de compressão mais usado no mundo todo, o MP3. Foi no instituto alemão Fraunhofer Society que foi inventado o primeiro software que extraia música de CDs e as transformava em arquivos de MP3.

1997

É lançado, pela empresa Nullsoft, o WinAmp – primeiro software gratuito que toca MP3. Este programa se tornou referencia para outros que surgiram posteriormente.

1998

Surgimento do Napster, criado pelo estudante Shawn Fenning.

2003

A Apple lança o iPod, um tocador portátil. A empresa vende mais de um milhão de aparelhos em menos de um ano. A mesma Apple lança a iTunes Music Store, que converge o software de música da Apple (o iTunes) e seu player portátil (o iPod) para uma mesma interface e muda a forma de consumir música na internet.

2006

As vendas de música na internet passam a representar 10% das vendas mundial, movimentando US$ 2 bilhões.

3 Pirataria de Música no Brasil

Pirataria de Música no Brasil

De janeiro a dezembro de 2006, foram apreendidos no Brasil mais de 47 milhões de CDs e DVDs, resultado de uma maior repressão ao comércio ilegal e pirata em todo o País. Este valor representa um aumento de 57%, se comparado ao montante de apreensões registrado em 2005, quando foram apreendidas mais de 30 milhões de unidades.

Durante o ano de 2006 foram realizadas 1.890 ações de combate à pirataria em todo o país, entre operações de rua e estouro de depósitos e laboratórios.

O índice de Pirataria de CDs no Brasil passou de 40% em 2005 para 48% em 2006. E quando o assunto é DVDs musicais o índice de Pirataria no Brasil é ainda maior, representando 61% em 2006, segundo pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos.

RESUMO DAS OPERAÇÕES (com comparativo):

Apreensões	Janeiro a Dezembro 2005	Janeiro a Dezembro 2006	Variação 2005 / 2006
CDs gravados e virgens	21.392.932	29.935.630	40%
DVDs gravados e virgens	9.130.758	17.432.275	91%
Pessoas condenadas	18	100	455%
Drives de Gravação	21.092	43.981	108%
Total de operações	1.459	1.890	30%

Fonte: Apdif

No campo da Internet, em 2006, a APDIF retirou 2.416 páginas de Internet que disponibilizavam de forma ilegal conteúdo protegido pelo Direito Autoral. Vale citar também que foram removidos 937 usuários ilegais de sites de leilão virtual.

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

No ranking de apreensões por estados, elaborado a partir da quantidade de material apreendido em cada região, o estado do Paraná ficou em primeiro lugar, com mais de 23 milhões de unidades recolhidas durante todo o ano de 2006. Em segundo lugar, figurou o estado de Santa Catarina com cerca de 11 milhões de CDs e DVDs falsificados retirados de circulação; em terceiro, tivemos São Paulo, onde as autoridades policiais recolheram mais de 7 milhões de unidades de material fonográfico ilegal; em quarto lugar no ranking veio o estado de Mato Grosso, contabilizando a apreensão de 1,5 milhão de unidades e em quinto lugar apareceu o Rio de Janeiro com aproximadamente 1,4 milhão de unidades apreendidas. Os demais estados, que ocuparam as cinco últimas posições, totalizam mais de 1,3 milhão de CDs e DVDs apreendidos. A tabela abaixo mostra os 10 primeiros estados que figuraram no ranking de apreensões acompanhadas pela APDIF.

Estado	Total de CDs e DVDs gravados e virgens apreendidos de Janeiro a Dezembro de 2006
1º Paraná	23.648.655
2º Santa Catarina	11.278.269
3º São Paulo	7.219.540
4º Mato Grosso	1.586.279
5º Rio de Janeiro	1.409.460
6º Rio Grande do Sul	538.297
7º Mato Grosso do Sul	236.794
8º Alagoas	198.809
9º Minas Gerais	194.550
10º Piauí	193.863
Outros	862.795
TOTAL	47.367.311

Fonte: Apdif

O Estado do Paraná figura em primeiro lugar no ranking muito em função das operações de combate à pirataria realizadas na fronteira do País, em Foz do Iguaçu, notório ponto de entrada de mercadorias ilegais no Brasil. E Santa Catarina ocupou a segunda posição muito em função das apreensões feitas no Porto de Itajaí, outro local de entrada de mercadorias falsificadas no País.

Institucional ABPD

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 tinha como objetivo a promoção do combate à pirataria musical em seu aspecto operacional, logístico e jurídico. Em 2007 as atividades antipirataria da Apdif – Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos foram transferidas para a nova entidade APCM – Associação Antipirataria Cinema e Música, que foi criada em conjunto com o setor de áudio e vídeo. Porém, cabe ainda a Apdif a representação de seus associados em questões judiciais e/ou extrajudiciais na defesa dos direitos autorais dos mencionados associados.

ABPD
RIO DE JANEIRO
Rua Marquês de São Vicente, 99
1° andar CEP 22451-041
☎ (+ 55 21) 2512-9908
(+55 21) 2259-4145
abpd@abpd.org.br
http://www.abpd.org.br

Executivos

João Araújo.....Presidente Honorário

Paulo Rosa .....Presidente

Eduardo Rajo.....Diretor Financeiro e de Novos Negócios

Antônio Borges.....Diretor APCM

APCM
SÃO PAULO
Rua Haddok Lobo, 585 - 3° andar
Cerqueira César CEP 01414-001
☎ (+ 55 11) 3061-1990
(+55 11) 3061-1221
denuncia@apcm.org.br
http://www.apcm.org.br

Comunicação

Edna Calheiros.....Coordenadora de Comunicação

2007. ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Discos
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

Ficha Catalográfica

ABPD. Publicação Anual do Mercado Fonográfico ABPD 2006
Rio de Janeiro, 2007. 19 p.

TÍTULO

Edição, Redação
e Coordenação
Edna Calheiros

Projeto Gráfico
Silvia Azevedo

19

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DOS PRODUTORES DE DISCOS
ABPD
20