

MUZYKA. TO SIĘ OPŁACA

BIULETYN OZZ ZPAV
LATO 2011



Spis treści



03 Wstęp

04 Coraz więcej legalnej muzyki w lokalach na 20. urodziny ZPAV-u

07 Nowelizacja ustawy o podatku VAT

08 Performance rights: OZZ na świecie

10 Co nowego w ustawie ?

12 Kody ISRC

13 Muzyka, to się opłaca...

Wstęp



Szanowni Państwo,

Zbliżająca się kampania wyborcza przyniesie nam zapewne zalew haseł, które będą wprawdzie piękne i dające się streścić w zdaniu „Jest źle, ale my zrobimy lepiej”, ale jednocześnie nie będzie można tak realnie rozliczyć z nich zwycięzców w przyszłości, bo owo „lepiej” jest szalenie trudne do zmierzenia.

By nasze naczelne hasło – „Muzyka, to się opłaca” – nie budziło takich podejrzeń wraz z innymi organizacjami chroniącymi współtwórców odtwarzanej muzyki, postanowiliśmy przeprowadzić, za pośrednictwem TNS OBOP, badania, mające dać odpowiedź na pytanie: ile warta jest

muzyka? W niniejszym biuletynie publikujemy pierwsze ich wyniki, pokazujące nie tylko ile na muzyce można zarobić, ale – ile na jej braku można stracić.

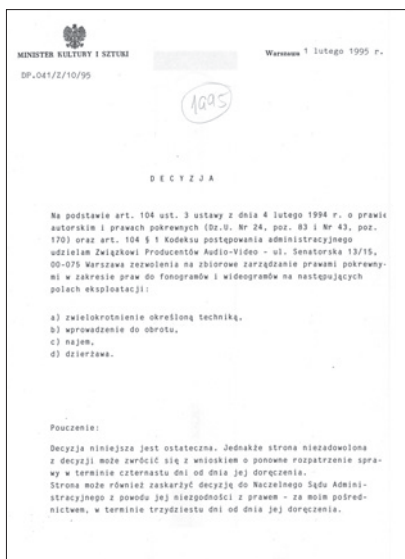
Tradycyjnie opowiemy też o postępach związanych z realizacją dyspozycji, jakie zawarte zostały w nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a także o tym, jak wygląda rynek tych praw, chronionych przez organizacje zbiorowego zarządzania na świecie. Dwudziestolecie istnienia ZPAV jest okazją do krótkiej refleksji nad zmianami, jakie zaszły na polskim rynku muzycznym w tym okresie, który zbiegł się z okresem zmian ustrojowych w Polsce i rewolucji technologicznej na świecie – wszak rok 1991, rok urodzin ZPAV to także rok, w którym pojawiły się w Polsce pierwsze konta e-mailowe...

Mając nadzieję, że dobra muzyka umili Państwu zmienną w tym roku letnią aurę – życzę miłej lektury.

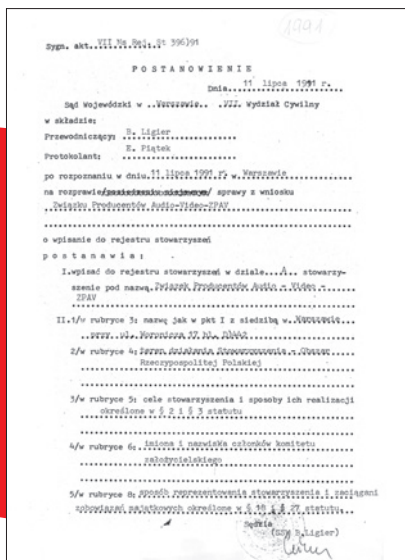
Bogusław Pluta
Dyrektor OZZ ZPAV



Coraz więcej legalnej muzyki w lokalach na 20. urodziny ZPAV-u



1 lutego 1995 roku Ministerstwo Kultury i Sztuki przyznaje ZPAV prawa Organizacji Zbiorowego Zarządzania w zakresie praw pokrewnych producentów fonogramów i wideogramów



11 lipca 1991 roku zostaje zarejestrowane Stowarzyszenie Związków Producentów Audio Video

Związek Producentów Audio Video obchodzi w tym roku 20-lecie swojego istnienia. 11 lipca 1991 r. Sąd Wojewódzki w Warszawie wpisał do rejestru stowarzyszeń Związek Producentów Audio Video, tym samym zjednoczył środowisko muzyczne w Polsce na rzecz walki o przetrwanie polskiego rynku muzycznego.

Lata 80 – 90 w Polsce to, z jednej strony, czas raczkowania przemysłu fonograficznego, z drugiej – piractwo sięgające 90 – 95% rynku. By przetrwać, środowisko muzyczne musiało się zjednoczyć i zacząć wspólnie działać na rzecz swojej przyszłości. Po długich negocjacjach oraz dyskusjach pomiędzy istniejącymi wtedy na rynku polskim firmami fonograficznymi został powołany ZPAV.

„Była to wtedy maleńka wysepka normalności na ogromnym oceanie piractwa, wydawała się bez możliwości sukcesu i przetrwania” – wspomina czasy powstania organizacji Andrzej Puczyński, Przewodniczący ZPAV-u.

Stało się jednak inaczej, ZPAV przetrwał a 20 lat codziennej, mozolnej pracy, dało efekty

w postaci zjednoczenia środowiska, lepszego prawa – zwłaszcza zabezpieczenia ochrony praw intelektualnych w Polsce, walki z piractwem i wprowadzenia światowych standardów na polski rynek muzyczny oraz promocji polskiej muzyki. Wśród wielu sukcesów ZPAV-u można wymienić chociażby zmiany w Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych, zmiany w Ustawie o radiofonii i telewizji, które gwarantują emisję utworów w języku polskim w stacjach radiowych, powstanie Koalicji Antypirackiej czy ustanowienie nagrody przemysłu fonograficznego FRYDERYK.

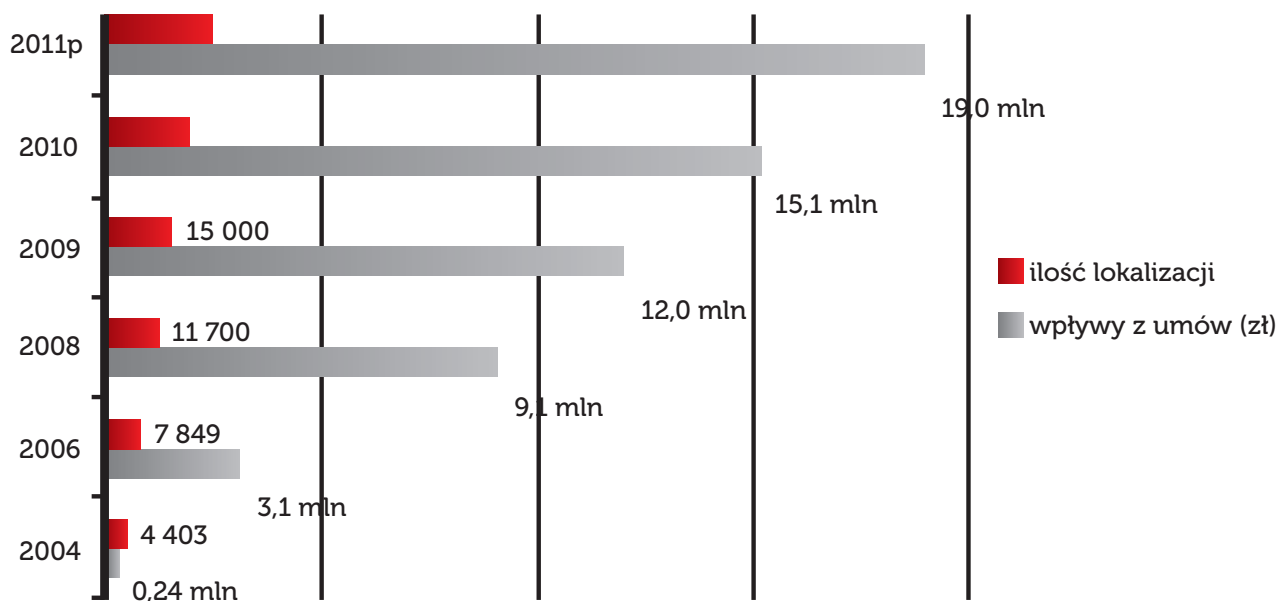
W 1995 r. działania ZPAV-u zostały rozszerzone o zbiorowe zarządzanie prawami. 1 lipca 1995 r. Ministerstwo Kultury i Sztuki przyznało ZPAV-owi prawo Organizacji Zbiorowego Zarządzania w zakresie praw pokrewnych producentów fono- i wideogramów. Tym samym ZPAV rozpoczął zbieranie opłat z tytułu nadawania oraz odtwarzania repertuaru muzycznego z katalogu swoich członków.

Konsekwentnie prowadzone działania ZPAV-u przynoszą określone efekty. Wśród właścicieli lokali

gastronomicznych i usługowych wykorzystujących nagrania muzyczne w swojej działalności gospodarczej obserwuje się zmianę podejścia do obowiązku wnoszenia tantiem dla Organizacji Zbiorowego Zarządzania. Rośnie świadomość konieczności płacenia za korzystanie z muzyki.

W ubiegłym roku zanotowano kolejny wzrost liczby

podmiotów gospodarczych, które podpisały umowy ze ZPAV-em w zakresie odtwarzania muzyki w swoich lokalach. Opłatami objętych zostało niemal 20 tys. lokali, zaś roczna wartość podpisanych umów przekroczyła 18 mln zł. Prognozy na rok 2011 mówią o kolejnym wzroście – oczekuje się podpisania umów o wartości 22 mln zł, które obejmą



Ilość lokali objętych umowami oraz wysokość wpływów w latach 2004-2010, prognoza na rok 2011

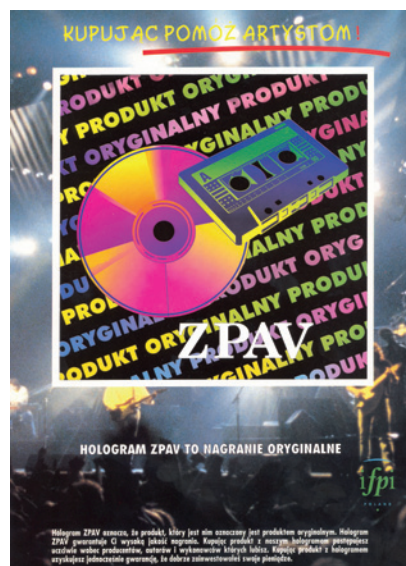


ponad 25 tys. punktów. Przedsiębiorcy zaczęli zdawać sobie sprawę, że muzyka jest standardowym narzędziem marketingowym i chcąc pozostawać w zgodzie z prawem, należy za nią zapłacić. Nie bez wpływu na to był też czynnik ekonomiczny; właściciele zrozumieli, że muzyka grana w lokalach wpływa na ich klientów - badania udowodniły, że do lokali z muzyką przychodzi więcej osób i dłużej w nich zostaje. Dla przykładu - ¾ klientów pubów jest gotowych płacić za piwo o 50 gr. więcej, jeśli w lokalu grana jest dobra muzyka. Muzyka przekłada się na wysokość wpływów, a więc jasnym się stało, że muzyka się po prostu opłaca.

„Traktujemy naszych klientów jak ludzi biznesu. Korzystają oni z naszych produktów, więc muszą płacić za nie godziwą cenę. W tym względzie korzystanie z muzyki nie różni się od in-

nnych działań marketingowych” – mówi Bogusław Pluta na łamach najnowszego raportu IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) - Recording Industry in Numbers 2011 w artykule The World Of Performance Rights.

Dzięki efektywnej działalności ZPAV-u, środki uzyskane przez wytwórnie muzyczne i artystów z tytułu tantiem rosną z roku na rok. Należy jednak pamiętać, że pomimo systematycznego wzrostu, liczba podmiotów gospodarczych, które mają podpisane stosowne umowy ze ZPAV-em to jedynie około 25-30% rynku. Wielkość rynku praw autorskich i pokrewnych w Polsce wzrosła ale istnieją możliwości dla jego dalszego rozwoju. W innych krajach UE znacząco więcej podmiotów gospodarczych zawiera umowy ze swoimi Organizacjami Zbiorowego Zarządzania. Wnoszenie opłat za korzystanie



2 września 1993 r. ZPAV rozpoczęła program hologramowania nośników

z muzyki jest dla tamtejszych przedsiębiorców normalną praktyką. Jednym z wielu wyzwań dla ZPAV-u na przyszłość jest, by tak też stało się i w Polsce.

Katarzyna Kowalewska

More legal music in sales and service points for ZPAV 20th birthday

On July 11, 2011, the Polish Society of the Phonographic Industry celebrates its 20th birthday. These twenty years have resulted in uniting the phonographic industry, securing the protection of intellectual property rights in Poland, founding of the Anti-Piracy Coalition, introducing international standards to the Polish music market and the promotion of Polish music.

On July 1, 1995, the Ministry of Culture & Arts authorized ZPAV to act as the Collective Rights Management organization in the field of neighbouring rights, specifically the rights of phonogram and videogram producers. With this day the collection of broadcasting and public performance royalties has begun. Due to consistent ZPAV efforts, in 2010 remuneration for the use of music was paid by nearly 20 thousand sales and service points and the annual value of contracts exceeded 18 million PLN. The forecasts for 2011 show growth again – contracts with over 25 sales and service points for a total of 22 million PLN are expected to be signed.

Nowelizacja ustawy o podatku VAT

W związku z nowelizacją ustawy o podatku od towarów i usług (VAT), która weszła w życie z dniem 1 kwietnia 2011 r. (Dz.U. nr 64, poz. 33), wynagrodzenia przysługujące producentom fonogramów i wideogramów muzycznych, wynikające z umów zawartych przez użytkowników ze ZPAV podlegają opodatkowaniu podatkiem VAT wg stawki podstawowej 23%.

W związku z powyższym uprzejmie informujemy, że do kwoty wynagrodzenia należnego z tytułu wykorzystania fonogramów i wideogramów muzycznych po dniu 1 kwietnia 2011 r. na podstawie wcześniej zawartej umowy ZPAV zobowiązany jest doliczyć podatek VAT w aktualnie obowiązującej wysokości 23%. Informacje dotyczące zasad otrzymywania faktur VAT kontrahenci ZPAV otrzymają w indywidualnej korespondencji. W przypadku zmiany danych niezbędnych do prawidłowego wystawienia faktury, prosimy o ich niezwłoczną aktualizację. Jednocześnie informujemy, iż nieotrzymanie faktury VAT nie zwalnia użytkownika z obowiązku zapłaty stosownego wynagrodzenia.

We wszelkich kwestiach związanych z podatkiem VAT od wynagrodzeń należnych z tytułu wykorzystania fonogramów i wideogramów muzycznych na podstawie umów zawartych ze ZPAV prosimy kierować pytania na adres e-mail: **windykacja@zpav.pl**



- 1 PINK
RAISE YOUR GLASS
- 2 TAO CRUZ
HIGHER
- 3 BLACK EYED PEAS
THE TIME
- 4 AFRO KOLEKTYW
WIĄŻĘ SOBIE KRAWAT
- 5 MATT CARDLE
WHEN WE COLLIDE
- 6 MICHAEL JACKSON & AKON
HOLD MY HAND
- 7 DURAN DURAN
ALL YOU NEED IS NOW
- 8 BRUCE SPRINGSTEEN
AIN'T GOOD ENOUGH FOR YOU
- 9 THE WANTED
LOSE MY MIND
- 10 ZAKOPOWER
BOSO
- 11 NICOLE SCHERZINGER
POISON
- 12 ADELE
ROLLING IN THE DEEP
- 13 KATIE MELUA
TO KILL YOU WITH A KISS
- 14 JENNIFER LOPEZ
ON THE FLOOR
- 15 RIHANNA
S&M
- 16 R.E.M.
UBERLIN
- 17 ROXETTE
SHE'S GOT NOTHING ON
- 18 CARO EMERALD
THAT MAN
- 19 BRUNO MARS
GRENADE
- 20 ENRIQUE IGLESIAS
HEARTBEAT

TOP 20 GALERIE

- 1 ADELE
SET FIRE TO THE RAIN
- 2 NERWOWE WAKACJE
BIG MIND
- 3 ALOE BLACC
LOVING YOU IS KILLING ME
- 4 JAMIROQUAI
SHE'S A FAST PERSUADER
- 5 BOBBY WOMACK
IT'S PARTY TIME
- 6 JUSTICE
CIVILIZATION
- 7 AFRO KOLEKTYW
WIĄŻĘ SOBIE KRAWAT
- 8 THE BASEBALLS
QUIT PLAYING GAMES
- 9 DR NO
DISARRAY
- 10 HOOVERPHONIC
ANGER NEVER DIES
- 11 FLEET FOXES
HELPLESSNESS BLUES
- 12 R.E.M.
OH MY HEART
- 13 HURTS
BETTER THAN LOVE
- 14 ARIEL PINK
CAN'T HEAR MY EYES
- 15 MYSLOVITZ
UKRYTE
- 16 ROYKSOPP
FORSAKEN COWBOY
- 17 HUSKY
ISKRZY ISKRZY
- 18 TAPE FIVE
LONGITUDE
- 19 NOAH AND THE WHALE
TONIGHT'S THE KIND OF NIGHT
- 20 TV ON THE RADIO
WILL DO

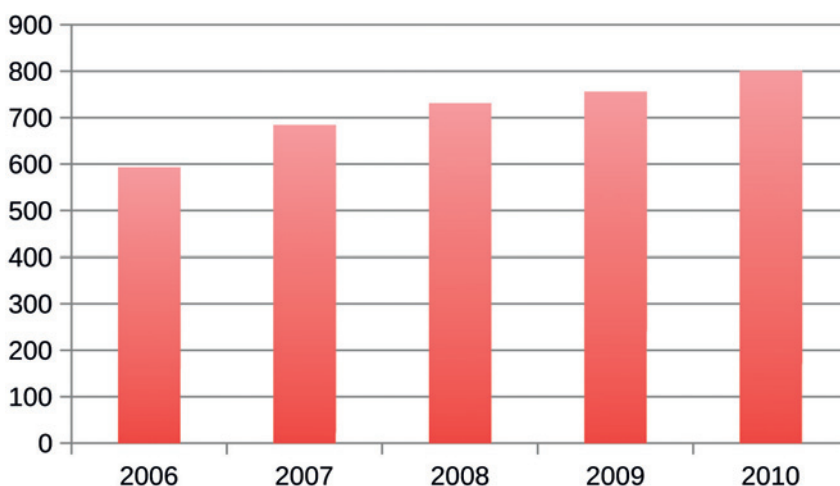
Performance rights: OZZ na świecie

W 2010 roku wynagrodzenia za nadawanie, odtwarzanie, re-emisję i inne rodzaje wykorzystania muzyki, licencjonowane przez organizacje zbiorowego zarządzania, przyniosły firmom muzycznym ponad 800 mln EUR przychodu.

Od dekady przychody, jakie przemysł muzyczny na świecie uzyskuje z tytułu eksploatacji nagrań w działalności komercyjnej, przede wszystkim w stacjach radiowych i telewizyjnych oraz poprzez odtwarzanie w sklepach, restauracjach i barach, zakładach usługowych i innych miejscach, rosną stale i są jednym z podstawowych składników zysków firm. Działalność organizacji zbiorowego zarządzania stała się bardzo istotnym kanałem przynoszącym firmom zwrot z inwe-

stycji w nagrania, zaś największe OZZ na świecie, jak PPL w Wielkiej Brytanii, Sound Exchange w USA czy SCPP we Francji notują przychody przekraczające 100 mln Euro rocznie.

Pobieranie opłat na rzecz firm muzycznych za pośrednictwem OZZ jest działalnością stosunkowo nową – pierwsze organizacje w Europie zaczęły działać w latach 80-ch ubiegłego wieku, zaś szybki ich rozwój nastąpił dopiero w drugiej połowie lat 90-ch ubiegłego wieku – podobnie jak miało to miejsce w Polsce. Niemniej jednak powszechność eksploatacji muzyki w działalności komercyjnej spowodowała, że to źródło przychodów producentów muzycznych jest obecnie jednym z najdynamiczniej rozwijających się, i mającym ogromny poten-



Przychody OZZ na świecie z tytułu praw producenckich (mln. EUR)

cja ze względu na ogromną nadal ilość użytkowników, którzy – mimo takiego obowiązku – nie wnoszą jeszcze należnych opłat. Źródła opłat, jakie pobierają OZZ na świecie, wszędzie są podobne – nadawcy radiowi i telewizyjni (niemal 400 mln EUR w 2010r.), odtwarzanie (ok. 250 mln EUR) i opłaty od tzw. „czystych

nośników” – ponad 67 mln EUR. Rośnie też znaczenie opłat za eksploatację muzyki w internecie (webcasting, simulcasting), kopiowanie w celu odtwarzania (tzw. dubbing licenses) i innych, pojawiających się co chwila nowych pomysłów na użycie muzyki. Mimo spadku sprzedaży nagrań na nośnikach, co stało

się udziałem większości rynków, sama muzyka jest coraz chętniej wykorzystywanym medium marketingowym i podstawą nowych produktów, co szczególnie łatwo jest zauważyć w ofertach telefonii komórkowych.

Bogusław Pluta

Neighbouring rights collection worldwide

In 2010 the remuneration for the broadcasting, public performance, retransmission and other uses of music licensed by collecting societies added up to an income of 800 million EUR for the record companies worldwide.

The operation of the music licensing companies has become a very significant channel of income, which provides record companies with a return for their investment in recordings. Today, the annual income of the biggest collecting societies worldwide exceeds 100 million Euro.

Collecting remuneration by the music licensing company on behalf of record companies is a relatively new form of activity – first such organizations in Europe were founded in the 1980s and their rapid development was noted only in the 1990s. A similar trend was present in Poland. However, the broad use of music in business activity has made this source of phonogram producers' income one of those fastest growing and having enormous potential due to a huge amount of users.



Co nowego w ustawie?

Nowe tabele wynagrodzeń za korzystanie z muzyki

STOART – Związek Artystów Wykonawców oraz ZPAV – Związek Producentów Audio Video, zgodnie z wymogami nowelizacji Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 21 października 2010r., złożyły projekt nowych tabel wynagrodzeń za korzystanie z muzyki.

Nowelizacja Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych nakładała na Organizacje Zbiorowego Zarządzania obowiązek złożenia nowych tabel wynagrodzeń do dnia 20 czerwca 2011r. Jednocześnie zgodnie z zapisami nowelizacji Ustawy, w momencie złożenia nowych tabel, dotychczas obowiązujące, nabierają mocy prawnej tabel zatwierdzonych i będą obowiązywały do czasu zatwierdzenia nowych tabel. Komisja Prawa Autorskiego, do której tabele są składane, ma 6 miesięcy na przyjęcie złożonych tabel lub odrzucenie ze wskazaniem zmian. STOART – organizacja reprezentująca prawa artystów wykonawców oraz ZPAV – reprezentujący prawa producentów muzycznych opracowały wspólny projekt tabel. Złożone tabele zostały przygotowane w oparciu o dotychczasowe doświadczenie organizacji, a także



Włodzimierz Wiśniewski – Dyrektor Biura Zarządu STOART, Bogusław Pluta – Dyrektor OZZ ZPAV

na podstawie przeprowadzonych przez TNC OBOP badań dotyczących ekonomicznej wartości muzyki dla jej użytkowników, czyli przedsiębiorców wykorzystujących muzykę w prowadzonym biznesie. Stawki w nowych tabelach przygotowane są w taki sposób by odzwierciedlały realną wartość muzyki dla przedsiębiorców. Są one dużo bardziej zróżnicowane od dotychczasowych, np. w zależności od lokalizacji, uwzględniając specyfikę poszczególnych branż.

Badania przeprowadzone przez TNC OBOP przygotowane zostały na zlecenie Organizacji Zbiorowego Zarządzania: STOART, ZAIKS, ZPAV w maju br. To pierwsze takie

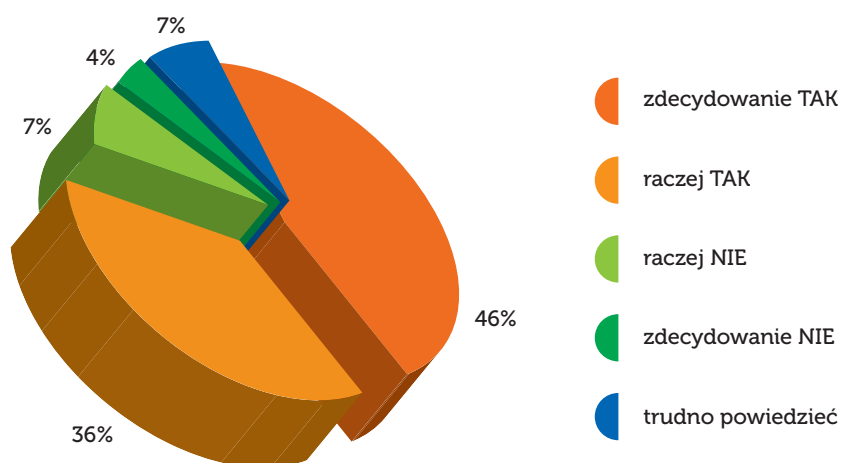
badanie przeprowadzone w Polsce i jedno z pierwszych na świecie.

Zbadano cztery grupy obiektów:

lokale gastronomiczne (restauracje, bary, puby, kluby) **obiekty rekreacyjne** (baseny, kluby fitness, kręgielnie/billard), **zakłady usługowe** (zakłady fryzjerskie, salony kosmetyczne, solaria, salony masażu) **prywatne przychodnie rehabilitacyjne** oraz **sklepy i obiekty handlowe** (hipermarkety, supermarkety, dyskonty oraz inne, w kategoriach: spożywcze, odzież, obuwie, artykuły sportowe, wyposażenie wnętrz, księgarnie, zabawki, punkty sprzedaży prasy). W każdej z nich na losowej, reprezentatywnej próbie zarówno klientów jak i właścicieli/kierow-

ników, łącznie przeprowadzono 450 wywiadów z właścicielami i 13500 wywiadów z klientami.

Badania potwierdziły powszechne wykorzystanie muzyki w biznesie a także coraz większe jej znaczenie dla przedsiębiorców. W większości badanych obiektów **muzyka jest odtwarzana przez większość czasu**: 85% lokali gastronomicznych, 69% obiektów rekreacyjnych, 65% zakładów usługowych i 36% sklepów. W większości również właściciele badanych obiektów zgadzali się, że **muzyka zachęca klientów do odwiedzania ich obiektu** i pozostawania w nim dłużej. W szczególności potwierdzali to właściciele lokali gastronomicznych (82% zgadzają się, że muzyka zachęca klientów do odwiedzania ich lokalu lub wydłużania czasu przebywania w nim, jedynie, co dziewiąty – 11% nie zauważa takiego efektu)



oraz właściciele obiektów rekreacyjnych (74%) – przy czym wśród właścicieli klubów fitness odsetek ten zwiększa się do 85%, a wśród właścicieli kręgielni i bilardów rośnie do 90%.

Badania dowodzą też, że **rezygnacja z dotychczas odtwarzanej muzyki mogłaby spowodować utratę klientów** przede wszystkim w przypadku obiektów rekreacyjnych (16%), a także lokali gastronomicznych (10%) i zakładów usługowych (10%). Obliczone zostały też potencjalne straty, które mogłyby powstać w skutek rezygnacji z odtwarzania muzyki. Przeciętnie najwięcej mogą stracić obiekty rekreacyjne – ponad 51.000 zł miesięcznie, sklepy – ponad 27.500 zł oraz lokale gastronomiczne – niemal 19.000 zł. Z drugiej strony odtwarzanie „dobrej” muzyki może badanym lokalom przysporzyć klientów.

Anna Jaśkielewicz

What's new in the law? New tariffs for music uses

On June 20, 2011, STOART - the Association of Performing Artists and ZPAV – the Polish Society of the Phonographic Industry, acting in accordance with the amended provisions of the Copyright Law, submitted draft new tariffs for music uses. While the draft tariffs are under discussion within the Copyright Law Commission, the tariffs used until now are still in force. They will be used, until new tariffs are approved and introduced.

The draft was prepared on the basis of the both organization's experience as well as research conducted by TNS OBOP on the economic value of music for its users. The tariffs were designed to reflect the factual value of music for businesses – thanks to that they are more diversified than the ones before.

The TNS OBOP survey on the economic value of music is the first such survey in Poland and one of the first in the world. The research confirms the broad use of music in business and its growing importance for the owners as well as customers of catering points, recreation sites, service points, shops and sales points. It proves that choosing not to play music could result in losing customers, which, consequently, would lead to real financial losses for businesses that would be much higher than the cost of playing music.

Kody ISRC



ISRC to Międzynarodowy Standardowy Kod Nagrań, który umożliwia identyfikację nagrań dźwiękowych i muzycznych nagrań wideo oraz właściciela praw do nagrań. Identyfikuje on poszczególne nagrania (fonogramy i videogramy) – utwory muzyczne, a nie nośniki, na których nagrania te się znajdują, czyli np. płyty CD. Każdej wersji nagrania jest przypisany własny, niepowtarzalny kod ISRC.

Kody ISRC zostały opracowane z inicjatywy Międzynarodowej Federacji Przemysłu Muzycznego (IFPI) – międzynarodowej organizacji zrzeszającej producentów fonograficznych z siedzibą w Londynie, przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną (ISO). Obecna wersja ISRC znana jest jako Norma Międzynarodowa ISO 3901: 2001. W 1988 r. IFPI zaleciła organizacjom członkowskim wprowadzenie systemu ISRC jako międzynarodowego środka identyfikacji nagrań dźwiękowych i krótkich

form muzycznych wideo.

System ISRC został opracowany w celu ułatwienia wymiany informacji o właścicielach praw do poszczególnych nagrań, o wykorzystaniu nagrań, a także w celu uproszczenia zarządzania tymi prawami. Dzięki identyfikacji wszystkich wyemitowanych nagrań dźwiękowych i muzycznych nagrań wideo, bez względu na format ich emisji, możliwe jest śledzenie tych nagrań w muzycznym łańcuchu produkcji, dystrybucji i emisji.

Potencjalni użytkownicy nagrań dźwiękowych i muzycznych nagrań wideo będą mogli w przyszłości o wiele łatwiej uzyskać informacje o aktualnych właścicielach praw do poszczególnych nagrań, ponieważ informacje te znajdują się wraz z kodem ISRC w repertuarowych bazach danych.

Każdy twórca nagrań ma możliwość uzyskania kodu ISRC bez względu na jego członkostwo czy współpracę ze stowarzysze-

niami przemysłu muzycznego lub innymi organizacjami.

ISRC jest alfanumeryczny, zawiera cyfry (cyfry arabskie 0-9) i 26 liter alfabetu łacińskiego. Składa się z dwunastu znaków oznaczających kraj (2 znaki), instytucję rejestrującą (3 znaki), rok odniesienia (2 cyfry) i oznaczenie (5 cyfr). Dla prezentacji wizualnej kod ISRC jest podzielony na cztery elementy oddzielone myślnikami i poprzedzają go litery 'ISRC'. Elementy te pojawiają się w następującym porządku:

- kod kraju
- kod instytucji rejestrującej
- rok odniesienia
- kod oznaczenia

Zarządzaniem międzynarodowym systemem ISRC zajmuje się Międzynarodowa Agencja ISRC (IFPI Secretariat), w Polsce zarządzaniem Kodami ISRC zajmuje się Związek Producentów Audio Video.

Agnieszka Kowalik

CODE ISRC

The International Standard Recording Code (ISRC) provides a means of uniquely identifying sound recordings and music videos internationally. ISRC identifies recordings (phonograms and videograms) and not physical products (carriers). So there is no conflict with existing product catalogue numbering systems with which it co-exists. Each recording has its own unique ISRC code. It identifies the recording throughout its life. The ISRC has been developed in order to facilitate the accurate exchange of information on the ownership, the use of recordings and to simplify the administration of rights in them. By identifying all sound and music video recordings that are released, regardless of the format that they are released in, the ISRC enables the tracking and tracing of these recordings through the music value chain, which makes it a useful tool in the fight against piracy.

Muzyka, to się opłaca...

FELIETON Bogusława Pluty

Jeden z moich znajomych ma dość oryginalne hobby kolekcjonerskie: zbiera coca-colę z różnych krajów świata. Okazuje się, że – mimo iż pozornie identyczna – cola z USA jest inna niż w Europie, inna też w Azji, w Ameryce Łacińskiej czy na Bliskim Wschodzie, co Rafał sprawdził organoleptycznie.

„Hotel California”, jaki usłyszałem popijając piwo w knajpce w porcie w Auckland, po drugiej stronie naszego globu, przypominał mi wieczór w Asuncion, w Paragwaju, gdzie parę lat wcześniej w podobnych oko-

licznościach usłyszałem ten sam utwór i wówczas poczułem się bardzo swojsko, otoczony w lokalnym piwbarze wesotymi potomkami indian Guarani.

And I think to myself, jak mawiał Klasyk, że – bardziej jeszcze niż Coca-cola – muzyka jest produktem uniwersalnym i globalnym, i mimo że wszędzie ma też swoje lokalne smaczki, to jednak jej powszechnie rozpoznawane ikony wszędzie takowymi są. Od przydrożnego baru w Kenii po pub na Spitzbergenie, od bazaru w Pekinie po supermarket w Edmonton – wszędzie muzyka gra, i, co

więcej, co i rusz słysząc znane dźwięki.

Nic więc dziwnego, że przeprowadzone przez OBOP w Polsce badania pokazują, że wyłączenie muzyki oznacza w praktyce utratę przeciętnie 10% klientów, tak w sklepie spożywczym, jak u fryzjera czy w restauracji. Komunści polegli w starciu z Coca-Colą. Ufam, że właściciele lokali zamiast wyłączać głośniki będą umieli na muzyce zarobić.

Muzyka, to się opłaca.





Związek Producentów Audio Video jest stowarzyszeniem producentów fonogramów i wideogramów. ZPAV powstał w 1991 roku z inicjatywy osób z branży muzycznej, przede wszystkim w celu reprezentowania interesów legalnych producentów w obliczu piractwa fonograficznego, które na początku lat 90. sięgało 95 proc. ZPAV posiadając zezwolenie Ministerstwa Kultury oraz Dziedzictwa Narodowego chroni praktycznie wszystkich producentów nagrań funkcjonujących na polskim rynku.

ZPAV jest polską Grupą Krajową Międzynarodowej Federacji Przemysłu Fonograficznego (IFPI), która zrzesza i reprezentuje światowy przemysł muzyczny (ponad 1400 firm w 76 krajach).

Wydawca:

Związek Producentów Audio Video

ul. Kruczkowskiego 12 m 2, 00-380 Warszawa

tel. (+48.22) 622 92 19, 625 45 16

fax. (+48.22) 625 16 61

e-mail: ozz@zpav.pl, www.zpav.pl

Przygotowanie i redakcja: Anna Jaśkielewicz ZPAV

Fotografie: iStockphoto.com

©ZPAV, 2011

