

# Croatia Digital Music Report

---

## 2013



# Sadržaj

- 2 Uvodna riječ - Želimir Babogredac
- 3 Uvodna riječ - Branko Komljenović
- 4 Sljedeći koraci
- 5 Razumijevanje online piratstva
- 7 Uloga diskografa u digitalnom svijetu
- 8 Croatia Records
- 9 Menart
- 10 Dancing Bear
- 11 Aquarious Records
- 12 Dallas Records
- 13 Hit Records
- 14 Scardona
- 15 Deezer
- 16 Razvoj online dijeljenja sadržaja
- 18 Jeste li znali?

## O HDU

Hrvatska diskografska udruga (HDU) je dobrovoljna, nestranačka, neprofitna, nevladina udruga, koja sukladno zakonu promiče interese diskografa - proizvođača fonograma, kao i interese diskografske i glazbene industrije Republike Hrvatske uopće.

Hrvatska diskografska udruga utemeljena je 14. lipnja 1995. godine te je prvotno osnovana kao udruga fizičkih osoba koje se bave diskografijom i s njom povezanim djelatnostima, budući da je u to vrijeme, prema tadašnjem Zakonu o udrugama, jedino taj oblik udruživanja bio moguć. Rad i afirmacija Hrvatske diskografske udruge očituje se ponajviše u aktivnom sudjelovanju u provođenju Diskografske nagrade Porin, kao i u raznim akcijama i medijima. U HDU je aktivan odjel za borbu protiv piratstva koji aktivno delistira linkove sa Google-a, uklanja piratski sadržaj s internetskih stranica i surađuje u regionalnim inicijativama za zatvaranje nelegalnih portala za distribuciju piratskog sadržaja.

Zahvaljujući uspješnom radu, HDU je početkom 2007. godine i službeno postala član Međunarodne organizacije diskografske industrije (IFPI).

# Uvodna riječ

**Želimir Babogredac, predsjednik HDU**



*Digitalno je doba sveprisutno. Poslovi vezani uz digitalizaciju glazbe doživjeli su značajan uzlet, a ponuda legalnih glazbenih servisa i usluga u svijetu svakim je danom sve šira.*

Iako Hrvatska u tom dijelu zaostaje za svjetskim trendovima, vjerujem u značajne promjene na ovom području.

Kao prvi korak u tom procesu treba istaknuti dolazak glazbenog streaming servisa Deezera na hrvatsko tržište. Na taj način ljubiteljima glazbe omogućen je brz, jednostavan i legalan pristup omiljenoj glazbi, dok su s druge strane, autori, izvođači i diskografi nagrađeni za svoj rad. Štoviše, u slučaju uspješne prodaje otvara se mogućnost ulaska na najjemenitnije top liste drugih država.

Prednost digitalizacije ogleda se u dostupnosti glazbe bilo gdje u svijetu, 24 sata, sedam dana u tjednu. S diskografske pozicije, nove tehnologije omogućuju nam brzu promociju snimaka te brzu reakciju slušatelja na dobru pjesmu. Prema istraživanjima broj pretplatnika glazbenih servisa povećan je u prošloj godini za 65%, a prema procjenama IFPI-ja (Međunarodne organizacije diskografske industrije) taj broj iznosi 13,4 milijuna pretplatnika širom svijeta.

Kao suprotnost pozitivnim trendovima i ozbiljna prepreka održivom razvoju je digitalno piratstvo koje predstavlja kritičnu točku razvijanja diskografske digitalne strategije. Globalno, svaki četvrti korisnik Interneta redovito pristupa ilegalnim uslugama, dok je u Hrvatskoj ta brojka puno veća. Stoga smatram da se posebna pažnja treba posvetiti edukaciji i povećanju javne svijesti o važnosti poštivanja prava intelektualnog vlasništva. Hrvatska diskografska udruga to je prepoznala i u suradnji s kolegama iz IFPI-ja provodi brojne aktivnosti radi suzbijanja nelegalnog korištenja snimaka.

Kao zaključak istaknuo bih da su pred diskografskom industrijom veliki izazovi u postizanju dobrih rezultata u ovom području. S obzirom na otvorenost digitalnog tržišta i entuzijazam diskografa ne sumnjam da ćemo ostvariti zavidan uspjeh.

# Uvodna riječ

**Branko Komljenović, dopredsjednik HDU**



*Zašto tek sada prvo izdanje Digitalnog reporta, kad je poznato da je svjetska digitalna revolucija već u velikom zamahu na većini svjetskih diskografskih tržišta?*

Pa pomalo jer Hrvatska u digitalnom glazbenom razvoju poprilično zaostaje za razvijenim svijetom zbog činjenice da većina svjetski poznatih digitalnih servisa još uvijek nije dostupna kod nas.

Možda na početku uvoda zaista ne treba biti previše sentimentalni i zanositi se mišlju da će se Hrvatska samo tako pridružiti najrazvijenijim digitalnim tržištima. No, nakon zadnjih nekoliko mjeseci mislim da s umjerenim optimizmom možemo gledati na potencijalni najavljeni dolazak nekoliko najvećih svjetskih servisa kao što su najveći download digitalni dućan iTunes ili uz postojeći Deezer, najrasprostranjeniji streaming servis Spotify.

Što je pokazala zadnja godina da mogu s umjerenim optimizmom gledati na budućnost? Pokazala je da uz vrhunski streaming servis, koji uz cijeli hrvatski repertoar nudi čak 20 milijuna stranih pjesama i odličnu kampanju HT-a koja tu uslugu uporno marketinški promovira, naši korisnici ipak reagiraju i pristupaju tom servisu.

Uz Deezer, kao *premium on-demand streaming servis*, svakako nas veseli i sve jača svjetska monetizacija daleko najpopularnijeg streaming servisa, sveprisutnog YouTubea, koji je za većinu hrvatskih izvođača prvi i najvažniji promotivni alat. No, osim što je za izvođače bitna promotivna platforma, ujedno je i najposjećenija web stranica za pregledavanje spotova i streaming pjesama i upravo zbog te činjenice diskografi, a preko njih i izvođači, zaslužuju određenu naknadu.

Dakle, digitalizacija je neizbježna i događa se danas. Novi digitalni modeli koji se razvijaju, očito su zaokupili pažnju milijuna korisnika diljem svijeta te je glazba jedinstveni primjer kako digitalna konzumacija doslovno može spasiti posrnulu industriju. Protekla godina za cijelu svjetsku glazbenu industriju bila je najbolja još od 1998. godine, što je vjerojatno zapanjujući podatak za mnoge koji diskografiju doživljavaju kao utopljenika bez spasa.

# Sljedeći koraci

Fabian Stilke, Direktor marketinga, Universal Music d.o.o.



Digitalni glazbeni servisi i dalje pokazuju stalni porast prihoda i razvoj na globalnoj razini.

Digitalni glazbeni servisi i dalje pokazuju stalni porast prihoda i razvoj na globalnoj razini. Prodaja digitalnog formata i prihodi ostvareni od modela pretplate, kao što su audio i video streaming usluge, pokazuju dvoznamenkasti porast diljem svijeta. Veliki broj zemalja pokazuje digitalne prihode koji nadmašuju one od fizičke prodaje. Nadalje, u nekim zemljama, posebno nordijskim, vidimo rast digitalne prodaje koji upija pad prodaje fizičkog formata i gdje je glazbena industrija povećala prihode zahvaljujući digitalnim uslugama.

Regija Zapadnog Balkana također će vidjeti značajan rast digitalnih prihoda do kraja 2013. godine uz veliki udio generiran kroz streaming usluge poput Deezer. Potonji je dosegao tisuće novih kupaca kroz paket ponude s mobilnim operaterima u Hrvatskoj i Srbiji. Dok je digitalni rast u regiji, pa tako i u Hrvatskoj, više no dobrodošao i od važnosti za glazbenu industriju, važno je shvatiti da su tržišta daleko od održivog razvoja digitalnog krajolika ne samo, ali osobito, u glazbenoj sferi. Od velike je važnosti osigurati

raznolikost u ponudi usluga otvaranjem vrata za njihovo poslovanje u regiji. Ako ne uspijemo izgraditi zdrav, rastući i održiv digitalni glazbeni krajolik u kojem nakladnici mogu kvalitetno predstaviti nove umjetnike i mlade talente i omogućiti im da žive od svog umjetničkog rada, nećemo uspjeti izvesti rast poslovanja općenito.

Naša odgovornost kao industrije je hitno postaviti okvire poslovanja potrebne kako bi podržali legalne servise i nove poslovne modele i time otvoriti put za održivi rast digitalnog poslovanja i osigurati glazbenim umjetnicima smislenu i iznova poželjnu karijeru. Uvjereni smo da ćemo kao industrija uspješno postaviti smjer za buduće poslovanje na zapadnom Balkanu, a Universal Music je spreman pridonijeti tom razvoju.

# • Razumijevanje online piratstva

Kroz razvoj digitalnog tržišta vidljive su njegove dobre i ne tako dobre strane. Jedna realnost s kojom se svakodnevno bori i glazbena industrija jest online piratstvo, koje je za prosječnog korisnika često nerazumljivo i previše dostupno. Prema istraživanju Ureda za harmonizaciju na unutarnjem tržištu (OHIM) čak 96% Europljana vjeruje da je intelektualno vlasništvo važno jer podržava inovacije i kreativnost nagrađujući inovatore, autore i umjetnike za njihov rad, dok 42% ispitanika smatra da je skidanje materijala s interneta opravdano za osobne potrebe.<sup>1</sup> Navedeno znači da prosječni Europljanin ne razumije vezu između potpore autorskih radova i krađe istih.

*Piratstvo potječe od latinske riječi pirata, grčke peiratēs, peirein znači 'pokušati, napad'.<sup>2</sup>*

Dok je piratima u starim danima trebao brod s posadom, teško oružje i gomila hrabrosti, danas im samo treba internet veza, računalo i gomila kave. Širokopojasni pristup internetu, koji omogućuje najlakše i najbrže dijeljenje podataka dosad, preselio je piratstvo s ulice na internet. Prenosi se nezamisliva količina podataka u svakoj minuti (prema Intelu<sup>3</sup> riječ je 639,800 gb globalnih IP podataka, 204 milijuna e-mailova, 30 sati video uploada na YouTube).

*Zadnje istraživanje u tri ključne regije, Sjevernoj Americi, Europi i pacifičkoj Aziji, pokazalo je da se razmjena ilegalno preuzetog sadržaja povećala za čak 160% u razdoblju 2010.-2012. godine.<sup>4</sup>*

Pirati bi nekoć preuzeli brod, nešto zlata i zaliha. No, što dobiju danas? Piratski sadržaj dostupan je besplatno na internetu. Gdje je tu motivacija?

Postoje osobni i ekonomski motivi za piratstvo. Osobni motivi mogu biti vrlo različiti. Neki zamjeraju zabavnoj industriji i softverskim divovima. Drugi, pak, "štite" slobodu govora omogućujući besplatno korištenje intelektualnog vlasništva. Postoje i oni koji jednostavno žele pripadati zajednici gdje mogu zaraditi poštovanje drugih učitavanjem piratskih sadržaja.

Zanimljivo je kako pirati zapravo stvaraju dosta vlastitog intelektualnog vlasništva. Riječ je o web stranicama, programima koji se koriste za uklanjanje zaštite na djelima zaštićenim autorskim pravima, metodama za konvertiranje datoteka, svojim "piratskim" nadimcima i avatarima, itd. Većina torrent datoteka uključuju "potpis autora". Nimalo ne iznenađuje što su emocionalno vezani uz svoje intelektualno vlasništvo, što je u svom blogu potvrdio i Gary Fung<sup>5</sup>, vlasnik nedavno zatvorene torrent stranice IsoHunt. On koristi riječi poput: "Tužno je gledati kako moje dijete odlazi..." i "za sve neopjevane junake". Imajte na umu da je Gary Fung čovjek koji je aktivno omogućavao distribuciju ukradenog intelektualnog vlasništva, a sada je emotivan jer je izgubio svoje.

1 - [http://oami.europa.eu/ows/rw/pages/OBS/perception\\_awareness\\_behavior.en.do](http://oami.europa.eu/ows/rw/pages/OBS/perception_awareness_behavior.en.do)

2 - <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/pirate?q=pirate>

3 - <http://www.intel.com/content/www/us/en/communications/internet-minute-infographic.html>

4 - <http://www.netnames.com/digital-piracy-sizing-piracy-universe>

5 - <http://garyfung.ca/>

To samo pokazuje da nam je svima stalo do svog intelektualnog vlasništva i nije nam baš drago kada nam ga netko drugi otme.

Svi osobni motivi ne mogu pobiti jednostavnu činjenicu - piratstvo je krađa. Cijela poanta sustava intelektualnog vlasništva je da autori mogu dobiti naknadu za svoj kreativni rad i na taj način biti motivirani da nastave s njim. Piratstvo remeti tu osjetljivu ravnotežu.

*Neki pirati plaćaju kako bi održali biblioteku "provjerenog" piratskog sadržaja.<sup>6</sup>*

Pirati kradu intelektualno vlasništvo i zarađuju na račun kreativaca. Ilegalni način djelovanja predstavlja prednost u odnosu na konkurenciju. Oni su mogućnosti posjedovati, umnožiti, distribuirati i učiniti sadržaj dostupnim javnosti bez valjane dozvole i obveze plaćanja autorske naknade, dok svaki drugi ponuđač sadržaja mora platiti tantijeme licencnih ugovora za nositelja autorskog prava. Budući da ne plaćaju tantijeme, ukradeni sadržaj nude besplatno. Nije potrebna pretplata, obrada plaćanja, korisnička usluga, troškovi marketinga. Nema

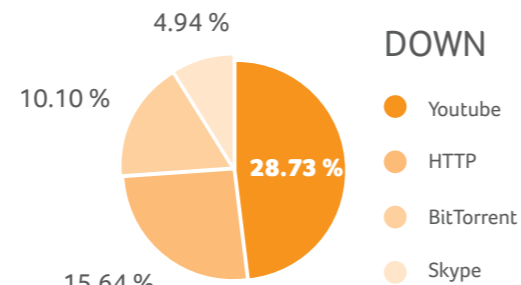
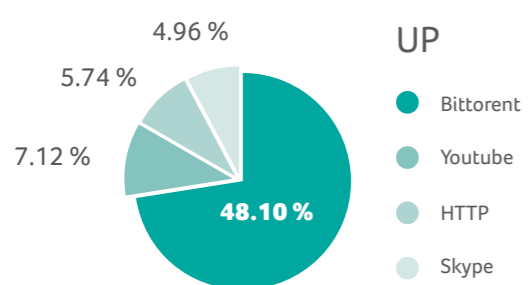
*Najpopularnije torrent stranice zarade najmanje 48 tisuća dolara mjesečno.<sup>7</sup>*

zapisa, sigurnosnih protokola, ograničenja na servis. No, prava zarada ostvaruje se prodajom oglasnog prostora na web stranici ili donacijama vjernih članova. Prodaja oglasnog prostora natjecanje je u popularnosti – popularnije stranice više zarade. Stranice koje su nudile piratski sadržaj imale su skoro 14 milijardi pogleda u siječnju 2013. Godine<sup>8</sup>. Iako torrent stranice imaju neke fiksne troškove (serveri, širokopojasni pristup internetu, itd.) još uvijek ostane i više nego dovoljno sredstava za sve one koji sudjeluju u ovom dobro organiziranom kriminalnom okruženju.

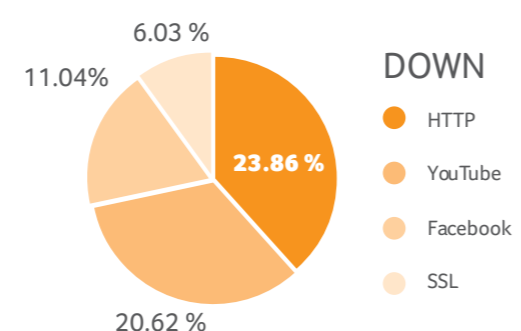
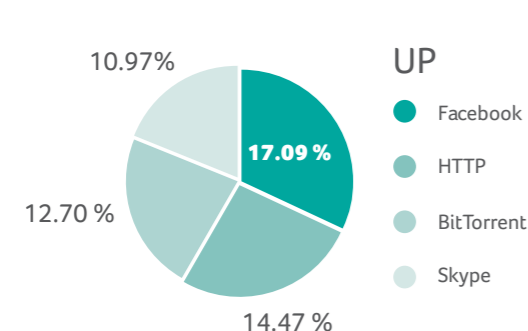
Sljedeći put kada posjetite torrent stranicu, imajte na umu ne samo da kradete od autora, nego i pomažete piratima da zarade. Iako je preuzimanje piratskih sadržaja popularno (u siječnju 2013. godine 320 milijuna korisnika preuzelo je ilegalni sadržaj<sup>9</sup>), ne znači da je legalno ili legitimno.

Postotak aplikacija u internetskom prometu u Europi, 2013.<sup>10</sup>

#### Fiksni internet



#### Mobilni internet



6 - <http://www.torlock.com/>

7 - S obzirom na prihode od samo 0.001 \$ po jedinstvenom posjetitelju (mogu biti veći, ovisno o uvjetima iz ugovora)

8 - <http://www.netnames.com/digital-piracy-sizing-piracy-universe>

9 - <http://www.netnames.com/digital-piracy-sizing-piracy-universe>

10 - [www.sandvine.com](http://www.sandvine.com), Global Internet PhenomenaReport: 2H 2013

## • Uloga diskografa u digitalnom svijetu

Govoreći o digitalnom svijetu, neosporno je kako su se i glazbeni izdavači prilagodili zahtjevima tržišta. Na tržištu bez granica, posebice u svjetlu nedavnog ulaska Hrvatske u europsku obitelj, mijenjaju se i pravila igre. Glazbena industrija i prije digitalnog svijeta bila je rizična i konkurentna djelatnost zbog općepoznatih razloga. Očito je kako je danas lakše stvoriti takozvane "instant" zvijezde, ali kada pričamo o glazbenicima s velikim brojem hitova, priča se vraća korijenima. Dobra glazba je uvijek ta koja prije ili kasnije otvara sva vrata i privlači velik broj fanova, a time i potrošača. Rizik poslovanja ostao je isti. Uprkos zamjetnom višegodišnjem padu broja prodanih audio i video nosača zvuka, troškovi izdavačkih kuća ostaju isti. Naime, svaka pjesma i dalje zahtjeva identično vrijeme za snimanje u studiju, odnosno produkciju. I dalje se ulaže izuzetno puno vremena i finansijskih sredstava u kvalitetan PR i marketinške kampanje.

*Uloga diskografa u digitalnom svijetu i dalje je nezamjenjiva. Ne postoji niti jedan slučaj koji je dokazao da glazbena skupina može u potpunosti samostalno funkcionirati isključivo digitalnim putem.*

U jednom trenutku izvođač mora krenuti u "stvaran svijet" i predstaviti se koncertima, festivalima, na TV-u, radio postajama, glazbenim izdanjima. Jednostavno, da bi bio u potpunosti vjerodostojan, izvođač mora postati "stvaran". S druge strane, digitalna distribucija svima omogućava objavljivanje svojih glazbenih uradaka, od čega je samo mali broj zaista reprezentativan. Sportskim rječnikom, internet nam je pružio mogućnost gledanja svih sportskih utakmica, ali nisu sve utakmice prvoligaške. Diskograf svojim pečatom daje određenu vjerodostojnost izvođaču, ističući ga u nepreglednom moru sadržaja - stavljajući ga u "prvu ligu". Ovaj kredibilitet posebno je važan novim, još neafirmiranim izvođačima. Teško da bi se mogli snaći u šumi digitalnih izdanja bez pomoći diskografa, jer većina servisa niti ne želi surađivati sa samim izvođačima, nego direktno s diskografima koji ih predstavljaju i time pokazuju ozbiljnost.





Croatia Records, kao vodeća i najveća diskografska kuća na ovim prostorima, rano je prepoznala važnost digitalnih tehnologija kao platformi za distribuciju i promociju glazbenih sadržaja. Stoga su formirali digitalni odjel koji se bavi pripremom i administracijom audio, video, tekstualnih i foto materijala, kao i suradnjom sa svjetskim vodećim digitalnim servisima za distribuciju glazbenih sadržaja. Ukratko, strategija Croatia Recordsa jest stvaranje i unapređivanje uređenog, kreativnog i modernog sustava distribucije i promocije u direktnoj suradnji s autorima i izvođačima s jedne strane, odnosno s vodećim svjetskim platformama za digitalnu distribuciju s druge strane.

Croatia Records razvila je vlastiti CMS (content management sustav) baziran na cloud tehnologiji, koji direktno komunicira s velikim platformama poput iTunesa, Amazona, YouTubea i Deezera, što je jedinstvena pozicija na teritoriju cijele regije. Direktna suradnja pruža im veliku prednost u brzini reakcije, ažuriranju sadržaja i izvještavanju.



### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Suradnja s **Markom Perkovićem Thompsonom** na posljednjem albumu Ora et labora rezultirala je ujednačenom rekordnom digitalnom i "analognom" prodajom. Naime, album je postigao nezapamćenu prodaju na iTunesima, ušavši u TOP 10 svjetskih top lista po prodaji. Digitalne tehnologije brze su i precizne, gdje je od presudne važnosti znati pratiti taj tempo koordinirajući promotivne i prodajne platforme: Facebook, Twitter, Soundcloud, web stranice, iTunes, YouTube i druge servise.

Drugi primjer su, pak, splitski hip hop trio **Dječaci** s albumom Istina, gdje se opet dogodila sprega novih i starih tehnologija. Dječaci odlično barataju novim tehnologijama, kreativni su i svježiji, ali s druge strane, u vrijeme objave albuma nezapaženi od mainstream medija, TV i radio postaja. Tu je uskočio diskograf s ulogom promotora pomoću novih i starih tehnologija. U kratko vrijeme, Dječaci su se nametnuli svojom originalnošću i svježinom, te postali jedan od najprepoznatljivijih mladih izvođača.



Menart je vizionarski osnovao digitalni odjel prije nego se uopće moglo pretpostaviti u kojem će smjeru krenuti promjene u diskografiji. Isprva nejasna vizija ubrzo se pretvorila u pravi komercijalni posao. Zahvaljujući postignutim rezultatima, Menart je dobio na povjerenje i kataloge drugih diskografskih kuća, među kojima su Aquarius Records, Cantus, Campus, Best Music, Orfej i mnogi drugi. Uspješno prodaju i distribuiraju glazbeni sadržaj u Hrvatskoj i ostatku svijeta, a svojim radom otvaraju vrata inovacijama, promoviraju svoje izvođače i izvođače partnera po web stranicama, mobilnim servisima, društvenim mrežama.

Menart je ostvario suradnju i s jednim od najvažnijih digitalnih distributera u svijetu The Orchard i time se svrstao uz rame s najvećim neovisnim izdavačima. Za sada se to pokazalo kao pravi put, jer suradnja s renomiranim distributerom uvelike ubrzava rad s velikim servisima. Mali izdavači koji rade samostalno mogu imati duži put do konkretnog cilja. Primjer takve suradnje je hitno dizanje novog singla na iTunes-u. U suradnji s distributerom singl mogu dignuti po hitnom postupku u svega dan, dva, što je po pravilima nemoguće, jer postupak traje četiri do šest tjedana.

### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

**Dubioza kolektiv** omogućila je besplatni download novog albuma sa svoje službene stranice. Iako je ta akcija bila poznata publici, album, baš kao i oni prethodni, odlično se prodaje. Obožavatelji njihove glazbe najčešće su skidali besplatnu verziju albuma, ali i podržali rad benda kupnjom.

Amazon je 2009. pokrenuo "World Music" akciju s namjerom da promovira taj žanr, a Menart je pozvan da svojim katalogom predstavi našu zemlju. Isprva su pjesme bile besplatne, no akcija je bila toliko uspješna da su nakon nekoliko godina odlučili staviti kompilaciju na plaćanje i odlično se prodaje.



Dancing Bear je na vrijeme shvatio važnost prisustva na Internetu, pa je još 1996. godine postavio jedan od prvih virtualnih CD shopova u Hrvatskoj. Od tada do danas prate kretanja i trendove i uspješno se prilagođavaju brzim promjenama koje tehnologija donosi, a njihova su izdanja dostupna svjetskoj publici kroz sve relevantne glazbene servise. Dancing Bearova digitalna strategija zasniva se na pozitivnim iskustvima globalnih glazbenih i tehnoloških lidera i novim, stalno rastućim mogućnostima. Raduje ih činjenica da tehnologija omogućava brži, bolji i kvalitetniji prodor na tržišta gdje su samo simbolično sudjelovali, a cilj im je pružiti još konkurentniji sadržaj što široj publici.

Spremno i s razumijevanjem Dancing Bear je dočekaao digitalnu eru i prihvatio nove modele distribucije sadržaja prema krajnjim korisnicima. U tome su im pomogli i kolege koji su sudjelovali u pionirskim naporima etabliranja vrsta servisa kakve danas poznajemo te su njihova iskustva suradnje s digitalnim partnerima do danas ostala vrlo pozitivna. Svakoga dana s uzbuđenjem svjedoče novim pokušajima da se glazba kao zabava, hobi ili strast vrati na mjesto koje zaslužuje.



### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Naš globalni bestseller su **The Bambi Molesters**. Možemo reći da je njihovo djelovanje paralelno u realnom i virtualnom svijetu. Originalnost njihovog viđenja surf glazbe dojmila se mnoge širom svijeta, pa su tako ostvarene vrlo značajne suradnje s eminentnim svjetskim glazbenicima. Njihova je glazba poznata u Brazilu, gdje je pjesma Malaguena otvarala popularnu sapunicu Bang Bang!. Pjesma Chaotica uvrštena je na početak 12. epizode finalne sezone mega hit serije Breaking Bad, a njihov album As The Dark Wave Swells u ljeto 2010. godine popeo se do 12. mjesta prodaje u kategoriji rock 'n' roll glazbe na Amazonu. S početkom komercijalne digitalne distribucije pjesama The Bambi Molesters uvjerljivo su jedan od najslušanijih bendova ovih prostora. Nastavljamo priču i nadamo se još boljim rezultatima.

Diskografska kuća Aquarius Records osnovana je u Zagrebu 1995. godine. U Klubu Aquarius izrasla kao rezultat grupe entuzijasta i zaljubljenika u glazbu, koji su brojnim koncertima i festivalima potaknuli cijelu novu glazbenu scenu u Hrvatskoj, ubrzo se etablirala kao jedna od vodećih nakladničkih kuća unutar hrvatske glazbene i diskografske djelatnosti.

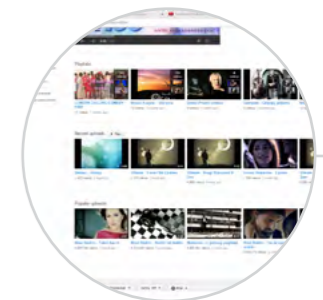
••••• **cedeterija.com** Cedeterija je glazbena internet trgovina nastala pod okriljem Aquarius Recordsa, primarno usmjerena prodaji fizičkih i digitalnih glazbenih proizvoda i naslova, a u svojoj dodatnoj ponudi ima i respektabilan broj filmskih, odnosno *merchandise* i *accessories* proizvoda vezanih uz navedenu tematiku. Nude približno 700 tisuća različitih naslova i proizvoda i taj se broj svakodnevno povećava.

Cedeterija je startala 2005. godine kao jedna od prvih internet trgovina u Hrvatskoj uopće s velikim brojem naslova u svojoj ponudi, a 2013. doživjela je svoju reinkarnaciju kroz poboljšani i redizajnirani sustav i novu globalnu domenu [cedeterija.com](http://cedeterija.com). Prelaskom na novi sustav pokrenuli su i Cedeterija internetski radio koji emitira 24 sata dnevno, sedam dana u tjednu i koji je veliko osvježenje na domaćoj radio sceni. Njihov moto glasi: glazba, glazba i samo glazba.

U bližoj budućnosti planiraju se nametnuti regiji i iskoristiti potencijal koji ona nosi sa sobom, naravno istovremeno radeći na tome da se prvenstveno čuje za hrvatske odnosno za regionalne izvođače i njihova izdanja i omogući kupovina širom svijeta. Kako digitalna prodaja raste iz godine u godinu, nadaju se da će i nadolazeća 2014. godina biti u istom trendu, no kako kažu, za sada je i dalje fizički CD nesavladiv vladar glazbenih formata.

### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Aquarius Records ozbiljno je shvatio svoj vizualni doseg na internetu i **svi spotovi našeg kataloga** mogu se naći na službenom YouTube kanalu. Sredinom studenog 2013. godine možemo se pohvaliti da brojimo preko 1.000 postavljenih pjesama, 79.473 pratitelja i došli smo do 94 milijuna pregleda svih pjesama.





Dallas Records, jedna od vodećih diskografskih kuća u regiji, osnovana je 1987. godine. Uz Gibonnija, bogati katalog Dallas Recordsa sadrži eminentna glazbena imena poput Severine, Plavog orkestra, Jinx, Nene Belana, TBF-a, Danijele Martinović, Doris Dragović, ENI, Let 3, Tereze Kesovije i mnoge druge izvođače.



Početakom 2011. godine Dallas je pokrenuo web trgovinu pod nazivom Dallas Music Shop [www.dallasmusicshop.com](http://www.dallasmusicshop.com), i tako među prvima ponudio kupnju pjesama u digitalnom obliku, ne samo domaće glazbe, već i inozemnog kataloga. Osim toga, ova stranica nudi i mogućnost kupovine albuma u digitalnom i fizičkom obliku iz vlastitog kataloga, kao i kataloga drugih hrvatskih i inozemnih diskografskih kuća, kupovinu knjiga, ulaznica za koncerte na području Hrvatske, a u svojoj ponudi imaju i merchandise (majice, kape, bedževe, i sl.), što sve skupa čini bazu sa više stotina tisuća artikala. Osim mogućnosti kupovine, stranica se na dnevnoj bazi dopunjuje najnovijim aktualnostima s domaće i strane glazbene scene, najavama koncerata, linkovima najnovijih spotova, itd.

U glazbenoj bazi Dallasa nalazi se više od 100 tisuća pojedinačnih pjesama u digitalnom obliku, s više od 8 tisuća digitaliziranih albuma. Prioritet su im streaming servisi poput Deezer, iTunesa i YouTubea (videostreaming). Iskustva su im vrlo pozitivna, a cilj im je s vremenom digitalizirati cijeli katalog i ponuditi ga na što više online servisa.



### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Povodom Mars festivala 2011. godine, na kojem su nastupali **30 Seconds to Mars** predvođeni frontmenom Jaredom Letom, organizirali smo nagradnu igru u kojoj se mogao osvojiti meet & greet s bendom. U samo nekoliko dana, koliko je ova kampanja trajala, broj fanova naše službene Facebook stranice porastao je za više od deset tisuća. Kampanja je premašila naša očekivanja i postigla izvrstan rezultat, a i više od toga ako uzmemo u obzir da nije nigdje bila oglašavana kao takva.



S obzirom na svakodnevne promjene u marketinškoj komunikaciji, eksponencijalnom širenju interneta, kao i otvaranjem neograničenih mogućnosti komuniciranja s potrošačima, i Hit Records se prilagodio novoj ulozi u digitalnom svijetu. Praćenjem razvoja tržišta i načina komunikacije konzumenata glazbe te aktualnih svjetskih trendova, primarni kanali komunikacije s njihovim korisnicima postali su Facebook, YouTube, iTunes, a odnedavno i Deezer. Istodobno najveća tržišta i dalje im ostaju Hrvatska i zemlje regije (Bosna i Hercegovina, Slovenija, Makedonija, Srbija i Crna Gora), dok im je cilj pozicionirati se među vodećim izdavačkim kućama u regiji korištenjem modernih tehnologija u digitalnom svijetu.

Kreativnost je oduvijek bila cijenjena osobina, a suživot u digitalnom svijetu donio je neka nova pravila u toj igri bez granica. I dok neki tvrde kako će internet pojesti kreativnost, u Hit Recordsu smatraju kako digitalni svijet potiče kreativnost. Potpuni i neograničeni uvid mladih, neafirmiranih glazbenika i autora u svjetske glazbene tokove omogućuje nove kombinacije i glazbene izričaje. Ipak, kažu, teško se oteti dojmu kako brojni mladi glazbenici, ali i njihove starije kolege, sve češće posežu za klišeiziranim formama lišenim kreativnosti, koje im donose trenutačni i kratkotrajni zvjezdani status i zaradu.

### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Hit Records izuzetno je zadovoljan suradnjom sa svojim izvođačima na društvenim mrežama. Govoreći o Hit Recordsu sa zadovoljstvom možemo reći kako se kod nas **više ulaže u digitalno oglašavanje** na interaktivnim medijima. Istodobno ne zanemarujemo ni tradicionalne kanale oglašavanja, radio, televiziju i tisak. S obzirom da digitalno oglašavanje pruža više mogućnosti u odnosu na ono u tradicionalnim medijima – od targetiranja ciljne skupine, preko intenziteta kampanja, smatramo kako će se omjeri korištenja oglašavanja u budućnosti svakako promijeniti na stranu digitalnog oglašavanja.





Scardona je uvijek uspijevala predvidjeti razvoj situacije na tržištu glazbe u budućnosti i na vrijeme se pripremiti za nove promjene koje donosi digitalna era. Prije dvije godine pokrenuli su Scardona World Music u SAD-u, s idejom širenja hrvatske autohtone glazbe na svjetsko tržište, što je rezultiralo odličnom suradnjom s američkim producentima i glazbenicima, te su tako ostvarili i prodaju svojih izdanja preko važnog digitalnog distributera The Orchard.

Ove su godine organizirali i dvije uspješne turneje njihovih vodećih klapa koje su pokrenule novi interes za hrvatskom autohtonom glazbom i na najzahtjevnijem američkom tržištu.

Uz Scardonin web shop, njihovi su albumi već otprije dostupni na popularnim servisima iTunes i Amazon.com, a pokrenuli su i uspješan besplatni internetski radio [www.soundofdalmatia.com](http://www.soundofdalmatia.com). Na njemu se mogu čuti isključivo albumi s autohtonom dalmatinskom glazbom, i to kroz aplikaciju koja omogućava da vidite o kojoj pjesmi i albumu radi, dok slušatelji imaju i mogućnost kupnje pjesme ili albuma preko nekog servisa. U Scardonu smatraju kako je digitalna era konačno zaživjela i na našem tržištu i da ćemo uskoro imati potpuno novu situaciju u glazbenoj industriji, u kojoj će se povezivati izdavaštvo, koncertna djelatnost i digitalna prodaja u jednu cjelinu.



### Primjer dobre prakse digitalnog marketinga

Koncertna djelatnost naših izvođača, poput klape **Intrade**, koji nastupaju širom svijeta, gdje naši mediji nemaju važan utjecaj, okrenuli su nas digitalnom marketingu. To se posebno pokazalo presudnim na uspješnim turnejama u SAD-u i Australiji. Napravljene su i TV reklame turneja koje su preko YouTubea bile dostupne svima na najjednostavniji način.

Deezer, servis za streaming glazbe, osnovan je 2006. godine u Francuskoj pod imenom Blogmusik, a od ožujka 2012. godine djeluje i u Hrvatskoj. Riječ je o prvom takvom servisu kod nas, koji je u suradnji s vodećim pružateljem telekomunikacijskih usluga Hrvatskim Telekomom već uspio osigurati svoju poziciju u zemlji. Upravo je ova uspješna suradnja, kao i suradnja s diskografskim kućama i udrugama poput Hrvatske diskografske udruge, bila ključ uspjeha Deezerove strategije i komunikacije na tržištu.

Deezer želi ljubiteljima glazbe dati privlačan doživljaj koji će vratiti vrijednost glazbi, a impresivne brojke od 12 milijuna aktivnih korisnika mjesečno u više od 180 zemalja govore o popularnosti servisa. Uz pomoć međunarodnog partnerstva s Facebookom i raznim strateškim partnerstvima s telekomima, Deezer se obavezao dovesti glazbu do nove publike diljem svijeta.

U Hrvatskoj je dostupan kao samostalna usluga uz pojedine tarife i pakete iz ponude Hrvatskog Telekoma. Svojim korisnicima Deezer nudi neograničen pristup bazi više od 30 milijuna pjesama, a mogu mu pristupiti internetskom vezom, pa čak i kad nisu on-line ili na 3G/4G mreži, preko svakog računala, tableta ili smartphonea.

*Od domaćih izvođača Deezerovi korisnici najviše vole slušati Severinu, Dubiozu Kolektiv, Jelenu Rozgu, Olivera Dragojevića i Hladno pivo, dok su od inozemnih trenutno najpopularniji Avicii, Eminem, Lady Gaga, Lorde i Katy Perry.*

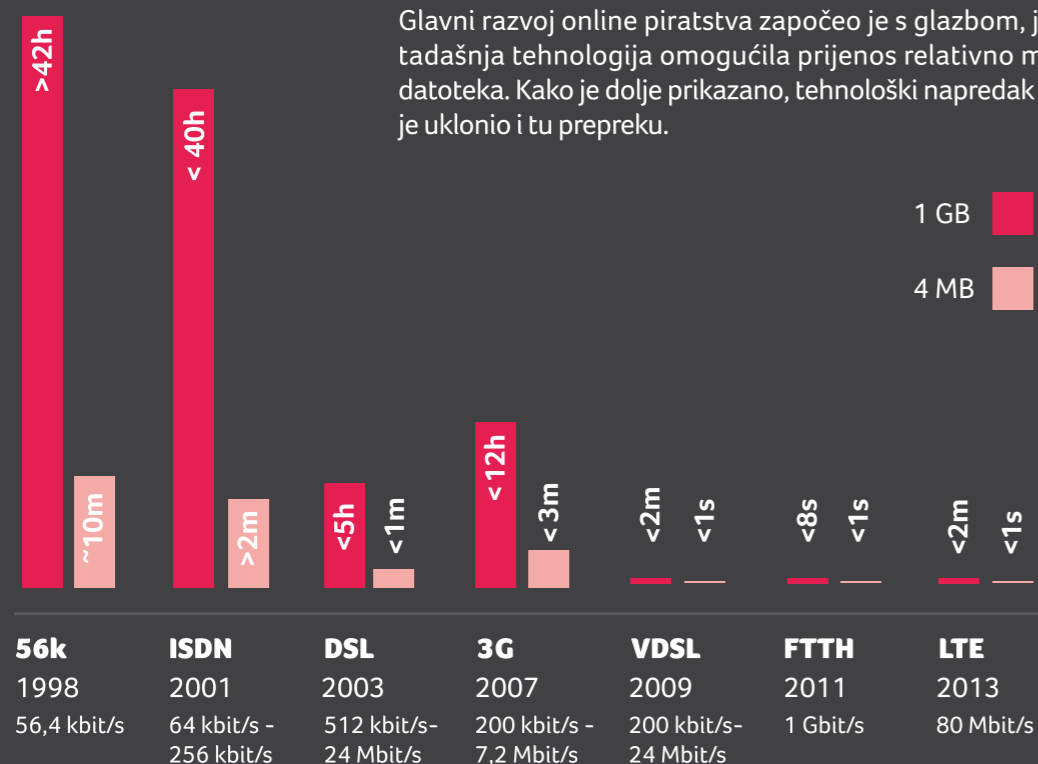
### Deezer top 10 u studenom 2013

- 1 Avicii - Wake Me Up
- 2 Naughty Boy - La La La
- 3 Robin Thicke - Blurred Lines
- 4 Daft Punk - Get Lucky
- 5 Severina - Tarapana
- 6 P!nk - Just Give Me a Reason
- 7 Justin Timberlake - Mirrors
- 8 Calvin Harris - I Need Your Love
- 9 Macklemore & Ryan Lewis - Can't Hold Us
- 10 OneRepublic - Counting Stars

Korisnici mogu raditi svoje playliste, dijeliti ih s prijateljima, slušati posebne radio stanice te neke pjesme ili albume čuti i prije službenog datuma izlaska. Ljubitelji glazbe tako u slušanju mogu uživati bilo kada i bilo gdje. Deezerov moto je otkrivanje glazbe, a korisnicima pomaže pri pronalaženju odličnih izvođača kroz nove funkcije 'Hear this' i 'Explore'.

Domaće diskografske kuće prihvatile su ga kao još jedan od načina za promociju glazbe i izvođača kojima se bave, tako da u nadolazećoj godini Deezer planira imati više prestreaminga i na taj način korisnicima omogućiti pristup ekskluzivnom materijalu.

# Razvoj online dijeljenja sadržaja

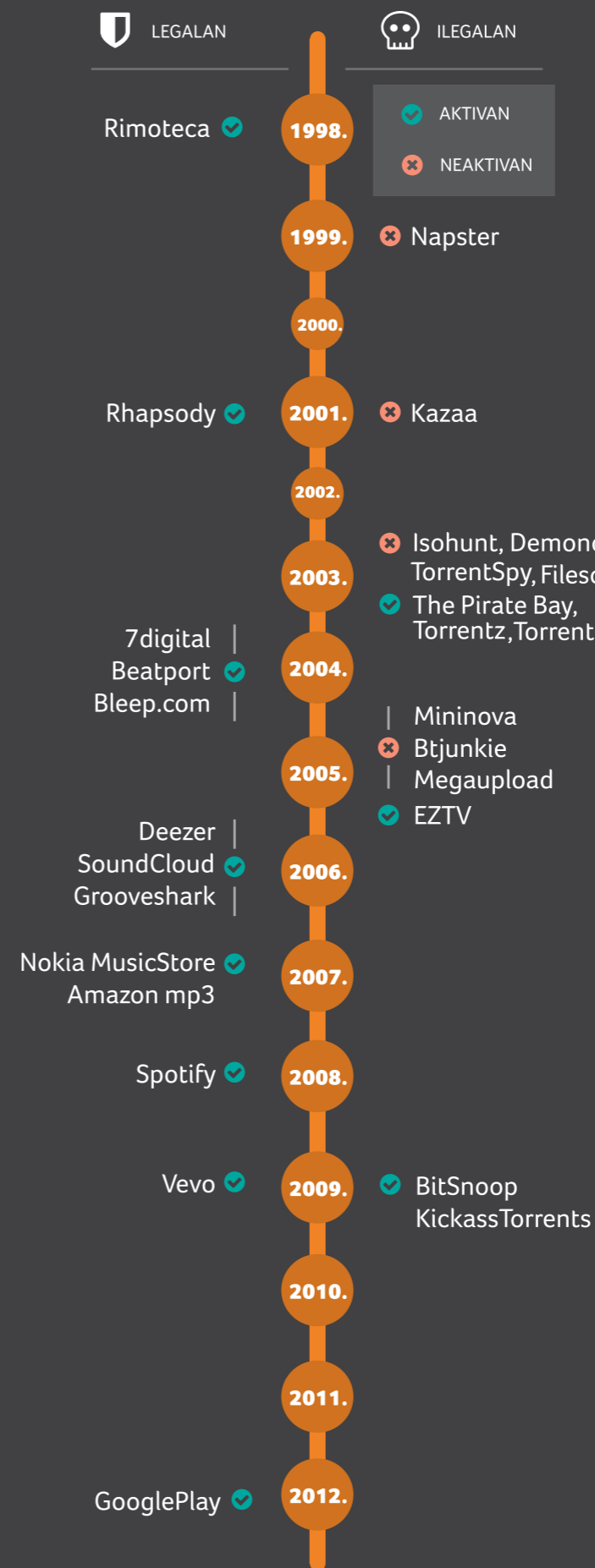


Glavni razvoj online piratstva započeo je s glazbom, jer je tadašnja tehnologija omogućila prijenos relativno malih datoteka. Kako je dolje prikazano, tehnološki napredak brzo je uklonio i tu prepreku.

**1GB** prenesenih podataka jednak je



## Razvoj legalnih i ilegalnih servisa



**Napster** je bio najuspješniji servis za dijeljenje ilegalne glazbe na prijelazu stoljeća, s čak 26,4 milijuna korisnika. Nalog za gašenje tog servisa izdan je 5. ožujka 2001. godine, kako bi se spriječilo trgovanje sadržajem zaštićenim autorskim pravima. Napster se nagodio za 20 milijuna dolara i pokušao stvoriti legalni glazbeni servis. Bankrotirao je 2002. godine i od tada `uskrsnuo` puno puta. Trenutno je u vlasništvu tvrtke Rhapsody (od 2011. godine), a dostupan je u 16 zemalja u Europi.

Sudovi Velike Britanije, Irske i Italije izdaju naloge pružateljima internet usluga da blokiraju pristup najposjećenijim torrent stranicama. Ostale zemlje koje trenutno blokiraju pristup najpopularnijoj torrent stranici The Pirate Bay su Belgija, Danska, Finska, Njemačka, Grčka, Indija, Iran, Malezija, Nizozemska, Norveška, Švedska i Kina.

Rat za autorska prava nije ni blizu završen. Iako su neke značajnije torrent stranice zatvorene, još uvijek postoje one koje su uspjele preživjeti. Kako zabavna i softverska industrija nastavljaju voditi pravne bitke protiv distributera piratskih sadržaja, tako se pokreće sve više legalnih servisa, što omogućuje široko dostupnu i pristupačnu distribuciju sadržaja. Svaka nova tehnologija otvara novu bojišnicu te ilegalni i legalni pružatelji sadržaja moraju ostati na vrhu svoje igre kako bi si osigurali dominaciju.

Kao što kažu, budućnost dolazi. To nikada nije bilo tako istinito kao danas.

# Jeste li znali?

Prvi CD snimač izumila je 1988. godine tvrtka pod nazivom TaiyoYudenCo, Ltd.<sup>11</sup> CD-R sustav za snimanje, dostupan od 1990. godine, bio je veličine perilice, a sastojao se od dva Yamahina PDS audio snimača s cijenom od 35 tisuća dolara, ne uključujući potrebni vanjski ECC krug za kodiranje podataka, SCSI hard disk podsustav, te MS-DOS računalo.

Do 1992. godine, cijena standardnih snimača pala je na 10 do 12 tisuća dolara, te u rujnu 1995. godine Hewlett-Packard predstavlja svoj model 4020i koji je proizvela tvrtka Philips, a koji je s cijenom od 995 dolara bio prvi snimač ispod 1000 dolara.<sup>12</sup>

1999. godine je bila osnovana Wi-FiAlliance kao trgovačko društvo koje će držati Wi-Fi zaštitni znak pod kojima je prodanih većina proizvoda.<sup>14</sup> Međutim, trebalo je gotovo cijelo desetljeće da se Wi-Fi počne svakodnevno koristiti.

One Swarm je klijent za čuvanje privatnosti koji omogućava "sigurno" P2P dijeljenje datoteka.<sup>16</sup> Razvijen je na Sveučilištu u Washingtonu i objavljen 2009. godine.

1988.

1994.

1999.

2001.

2009.

7. srpnja 1994. godine Fraunhofer Society objavljuje prvi softver za stvaranje mp3 datoteka koji se zvao l3enc. Ekstenziju datoteke .mp3 Fraunhoferov tim odabrao je tek 14. srpnja 1995. godine<sup>13</sup>. Mp3 omogućava smanjenje veličine glazbenih datoteka na jednu desetinu veličine CD formata.

Programer Bram Cohen 2001. godine objavio je protokol za razmjenu podataka preko BitTorrenta.<sup>15</sup>

11 - [http://en.wikipedia.org/wiki/Taiyo\\_Yuden](http://en.wikipedia.org/wiki/Taiyo_Yuden)

12 - <http://en.wikipedia.org/wiki/CD-R>

13 - <http://en.wikipedia.org/wiki/MP3>

14 - <http://www.wi-fi.org/>

15 - [http://en.wikipedia.org/wiki/Bit\\_torrent](http://en.wikipedia.org/wiki/Bit_torrent)

16 - <http://www.oneswarm.org/>

