



m onografikoa

industria
fonografikoa



kulturaren
euskal
kontseilua
consejo
vasco
de cultura

EUSKADIKO AUTONOMIA
ERKIDEGOKO SEKTORE
FONOGRAFIKOARI BURUZKO
AZTERLANA
(LABURPENA)

AURKIBIDEA

	Orr.
Aurkezpena	1
Fitxa sinoptikoa	2
I. Helburuak	4
II. Egitura eta metodologia	5
III. Eduki nagusiak	7
1. Analisiaren emaitzak	7
1.1. Kultura-kontsumorako grabatutako musika	7
1.2. Euskal sektore fonografikoko eragileen osaketa eta ezaugarriak	8
1.3. Euskadiko sektore fonografikoko enpresa-jarduera	11
1.4. Euskal enpresa diskografikoen jarduera ekonomikoa	15
2. Gai kritikoen diagnostikoa: funtsezko ideiak	16
3. Hausnarketa estrategikoa	21

AURKEZPENA

Jarraian aurkezten den dokumentuak 2005ean Deustuko Unibertsitateko Aisiazko Ikaskuntzen Institutuak burututako *Euskadiko Autonomia Erkidegoko sektore fonografikoari buruzko azterlanaren* laburpen sintetiko bat jasotzen du.

Euskadi mailan burutzen den era honetako lehenengo azterlana izanik, Kulturaren Euskal Planaren esparruan (2004) sortzen da. Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailak eta euskal sektore fonografikoaren kezkek bultzatu dute azterlan hau. Bi interesek bat egiten dute, Euskadiko jarduera fonografikoa, sektorea osatzen duten enpresak, bere produktuak eta ahalmen ekonomikoa nola dauden jakin beharra dutelako.

Dokumentu osoa Lakuako Kulturaren Euskal Behatokiko bulegoan kontsulta daiteke eta ondoko helbidean eska daiteke: kulturabehatokia@ej-gv.es

FITXA SINOPTIKOA (I)

DESKRIBAPENA	
Azterlanaren izenburua	Euskadiko Autonomia Erkidegoko sektore fonografikoari buruzko azterlana
Burutu duen erakundea	Deustuko Unibertsitateko Aisiazko Ikaskuntzen Institutua
Orrialde kopurua	235
Burutu zen urtea	2005
Inplikaturako sektorea(k)	Fonografia industria
Aurrekariak	Kulturaren Euskal Planean jasotako ekintza
Helburuak	Azterlanak Euskadiko sektore fonografikoaren egoera eta bilakaera (2000-2004) zein den jakitea du helburu nagusi. Horrela, bada, gai kritikoen diagnostikoan oinarrituta, hausnarketa estrategikoa egin ahal izango da, hurrengo urteetan sektorearen garapena hobetu ahal izateko.
METODOLOGIA	
Ikerketa-metodologia	<p>Kuantitatiboa: Euskadiko sektore fonografikoaren gaur egungo egoerari buruzko informazio deskribatzailearen gehiengoa bereziki hori lortzeko diseinatutako inkesta batean oinarrituta eratu da. Unibertsoa osatzen dutenak ondokoak dira: enpresa diskografikoak, grabazio-estudioak, musika-argitaletxeak, banaketa enpresak, musika-saltokiak.</p> <p>Kualitatiboa: Sektoreko problematika nagusienei buruz inplikaturako eragile batzuen banakako iritzi eta ikuspegiak, dituzten behar premia-koenak, planteatzen zaizkien erronkak eta Euskadiko jarduera fonografikoaren garapena bultzatzeko beharrezkotzat jotzen dituzten jarduera-ildo posibleak ezagutzeko erabili da.</p>
Parte-hartzea	Azterlanean 132 eragiletik %42ak hartu du parte eta berauek dira sektoreko adierazgarrienak.
Informazioaren ezaugarriak	<p>Adierazleak: 57</p> <p>Informazioa sailkatzeko kategoriak: Azterlanak ondoko aldagaien berri ematen duten datuak aurkezten ditu: eragileak, zerbitzuak, titulartasuna, nortasun juridikoa, langileak, jarduera-ekoizpena, banaketa eta baliabide ekonomikoak; lurralde eta antzinatearen arabera sailkatuta, besteak beste.</p> <p>Datu-motak: Zentsukoak</p> <p>Informazio iturri nagusiak: IFPI, SGAE eta eragileei egindako inkesta.</p>

FITXA SINOPTIKOA (II)

EDUKI NAGUSIAK	
Egitura	<p>Azterlana lau kapitulutan egituratzen da. Lehendabizikoa grabatutako musikaren bilakaerari eta gaur egungo egoerari buruzkoa da, eskari eta eskaintzen ikuspegitik begiratuta. Bigarren kapituluan Euskadiko sektore fonografikora hurbilketa bat burutzen dute. Hirugarren kapitulua Euskadiko sektorearen gaur egungo egoeraren analisi kuantitatiboari eta horren bilakaerari buruzkoa da. Laugarren kapituluan gai kritikoak diagnostikatzen dira eta hausnarketa estrategiko bat burutzen da.</p> <p>Azterlanaren amaieran zenbait atal eskaintzen zaizkie metologiari, baliabide dokumentalei eta eranskinei. Exekuzio-laburpen bat ere barne hartzen du.</p>
Ikuspegia	<p>Informazioaren analisia: Kultura-kontsumorako grabatutako musikaren gaia jasotzen du eta nazioarte eta Espainiako esparruan sektore fonografikoaren ikuspegi orokorra. Azterlan horretan, sektoreak Euskadin duen osaketaren analisiaren emaitzak, ekoizpen, banaketa eta salmenta prozesuak eta enpresa diskografikoak jasaten ari diren egoera ekonomikoa jasotzen dira.</p> <p>Diagnostikoa: Aurretiko analisisan aurkitutako alderdi esanguratsuenak zehazten ditu eta egitura bera mantentzen du: eragileak, ekoizpena, banaketa eta salmenta eta 2003ko jarduera ekonomikoa.</p> <p>Jarduera-ildoak: Hausnarketa estrategikoaren edukia hiru ardatz nagusiren arabera antolatu da, bere helburu eta jarduera-ildoekin:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sektore industrial gisa finkatzea euskal enpresa fonografikoen multzoa. • Sektoreko enpresa-jarduera eta bere balio-katea dinamizatzea. • Euskal Administrazioaren eta euskal sektore fonografikoaren artean hasitako elkarrizketa- eta lankidetzakultura finkatzea.
Baliabide bibliografikoak/webgrafikoak	<p>Azterlanean, kontsultatutako baliabide dokumentalak dituen zerrenda aurkezten duen atal espezifiko bat dago (217. orr.).</p>
EMAITZEN ZABALKUNDEA	
Emaitzak jakinarazteko eta argitarazteko sistema/prozesua	<p>Dokumentu osoa Lakuako Kulturaren Euskal Behatokia bulegoetan kontsulta daiteke eta ondoko helbidean eska daiteke: kulturabehatokia@ej-gv.es</p>

I. HELBURUAK

Azterlanak Euskadiko sektore fonografikoaren egoera eta bilakaera (2000-2004) zein den jakitea du **helburu nagusi**. Horrela, bada, gai kritikoan diagnostikoan oinarrituta, hausnarketa estrategikoa egin ahal izango da, hurrengo urteetan sektorearen garapena hobetu ahal izateko. Helburu orokor hori betetzeko, bitarteko helburuak lortu behar dira, euren bidez Euskadiko musika grabatuaren ekoizpenaren, banaketaren eta salmentaren ezaugarrien eta gaur egungo egoeraren araberako erradiografia eratu ahal izango delako.

Helburu espezifiko horiek ondoko puntuetan laburbilduko lirateke:

- Eragileen mapa osatzea eta eguneratzea, produktu fonografikoaren ohiko balio-katean (ekoizpena/banaketa/salmenta) zenbat enpresa dauden inplikaturik eta sektorean bertan zenbat lagunek lan egiten duten zehazteko.
- Sektore fonografikoko jarduera profesional eta ekonomikoa berriro eratzea.
- Euskadiko ekoizpen fonografikoaren gaur egungo prozesuak azaltzea eta inplikaturik eragile bakoitzak, enpresa diskografikoek edo musikako ekoizpen-etxeek, zer eginkizun betetzen duten zehaztea.
- Euskadin eta kanpoan, produktu fonografikoa banatzeko eta saltzeko prozesuak aztertzea.
- Euskadiko sektore fonografikoak azken bost urteotan (2000-2004an) nolako bilakaera ekonomikoa izan duen jakitea.
- Sektorearen gaur egungo egoeraren diagnostikoa egitea, kezkak eta epe labur eta ertainerako lehentasunezko premiak zeintzuk diren zehazteko.
- Erakunde publikoek eta sektorearen barruko dinamikak berak iradokitako ekintza-lerroen berri ematea, sektorearen egoera bultzatzeko eta hobetzeko.

Helburua gai kritikoan diagnostikoan oinarrituta, hausnarketa estrategikoa egin ahal izatea da, hurrengo urteetan sektorearen garapena hobetu ahal izateko

II. EGITURA ETA METODOLOGIA

Azterlana bost ataletan antolatuta dago, eta Euskadiko jarduera fonografikoa zein sektoreko eragileak sakon aztertzeko ardatza zehaztuko dute.

Sarreran, koordinatu geografikoak, tenporalak eta kulturalak zeintzuk diren argituko da, euskal jarduera fonografikoa aztertzea zergatik den garrantzitsua eta beharrezkoa egiaztatzeko. Atal horretan, azterlanaren helburuak zeintzuk diren zehaztuko da, sektoreko eragile gehienen premiei eta eskariei erantzun ahal izateko.

1. kapituluan, grabatutako musikaren kontsumoaren bidez gauzatuta dagoen eskariaren bilakaera eta gaur egungo egoera zein den zehazten da, eta baita grabatutako musikaren eskaintzaren irakurketa eguneratua egingo da nazioartean eta estatu-mailan. Bertan, gainera, euskarri fisikoko eta digitaleko musikaren salmentak nola bilakatu diren, musika digitala merkatuan nola sartu den eta legezko zein legez kanpoko musikaren kontsumoak nolako ondorioak sortu dituen aztertuko da.

2. kapituluan, gain-gainetik, kulturaren euskal sistema eta Eusko Jaurlaritzak egindako Kulturaren Euskal Plana (2004) aurkeztuko dira, euskal musikagintzarako, hau da, sektore fonografikorako, jarduketak garatu eta abian jartzeko tresnak dira-eta. Alde batetik, azterlanaren helburu den prozesuko faseak zeintzuk diren zehazten du: Euskadiko musika grabatuaren ekoizpena, banaketa eta salmenta; eta, bestalde, fase horien ardura duten eragileak zeintzuk diren jakinarazten du: enpresa diskografikoak, grabazio-estudioak, banaketa-enpresak eta saltokiak, batez ere.

3. kapituluan, Euskadiko musika grabatuaren sektorean inplikaturako eragileek emandako datuak aztertuko dira. Horretarako diseinatutako galdesortaren bidez eskatutako informazioa 2003. urtekoa da, batez ere, datuen ikuspegi ebolutiboa (2000-2004) eskatzen den gaietan izan ezik.

4. kapituluan, euskal sektore fonografikoko gai kritikoaren eta bertan garatutako jardueraren diagnostikoa egingo da lehendabizi. Diagnostiko horretan oinarrituta, hausnarketa estrategikoa egingo da, helburu estrategikoak eta jarduketa larriak zehazteko eta, orainari zein etorkizunari begira, sektorea merkatuaren inguruabar aldagarrietara behar den moduan egokitzeke.

Azterlanaren amaieran, atal hirukoitza eskainiko zaie azterlanean erabilitako metodologiari, baliabide dokumentalei eta eranskinei. Bertan, gainera, erabilitako terminoen glosarioa egongo da eskuragarri.

Euskal sektore fonografikoko gai kritikoaren eta bertan garatutako jardueraren diagnostikoa egingo da lehendabizi. Diagnostiko horretan oinarrituta, hausnarketa estrategikoa egingo da, helburu estrategikoak eta jarduketa larriak zehazteko eta, sektorea merkatuaren inguruabar aldagarrietara behar den moduan egokitzeke

Esparru geografikoa Euskadiko Autonomia Erkidegoko hiru lurralde historikoek osatzen dute, Araba, Gipuzkoa eta Bizkaiak, baita Nafarroak eta Iparraldeak ere.

Azterlanerako erabilitako teknikei dagokienez, **teknika kuantitatiboak eta kualitatiboak** uztartu dira. Bestalde, bigarren mailako informazio-iturri batzuk ere erabili dira (SGAE, Promusicae, CIMEC, IFPIk¹ burututako *Digital Music Report*, *Comercial Piracy Report* eta *Forrester Research*, Eusko Jaurlaritza, Kulturaren Euskal Plana, Euskal Herriko Diskoetxeen Elkarte), baina Euskadiko sektore fonografikoaren gaur egungo egoerari buruzko informazio gehiena helburu horrekin burututako inkesta oinarritzat hartuta eratu da.

Teknika kuantitatiboak eta kualitatiboak uztartu dira eta, bigarren mailako informazio-iturri ezberdinak erabili badira ere, Euskadiko sektore fonografikoaren gaur egungo egoerari buruzko informazio gehiena helburu horrekin burututako inkesta oinarritzat hartuta eratu da

1. International Federation of the Phonographic Industry

III. EDUKI NAGUSIAK

1. ANALISIAREN EMAITZAK

1.1. Kultura-kontsumorako grabatutako musika

Estatu-mailan burututako hurbilketa batek musikarentzako benetan positiboa den agertokia aurkezten du. Musika entzutea ohitura kulturala da Estatu espainoleko biztanleen artean. Baieztapen hori ageri-agerikoa da, honako alderdi hauei erreparatzen bazaie: etxeetako musika-ekipamendua handia da (%97,5), CDa eta irratia musika entzuteko baliabide nagusiak dira, biztanleen ehuneko esanguratsuak musika entzun ohi du (%86,2) eta biztanleen ehuneko handiak egunero edo astean zenbait aldiz entzun ohi du musika (%54, CD/kaseteari dagokionez).

Oro har, honako aldagai soziodemografiko hauek dituzte CD/kaseteko musika entzun ohi dutenek: batez ere, gizonezkoak dira, 15 eta 34 urte artekoak dira eta prestakuntza-maila ertaina/handia dute (Batxilergoa, Lanbide-Heziketa edo unibertsitateko ikasketak).

Grabatutako musikaren inguruko ohiturei dagokienez, nolabaiteko kontraesana agertzen da Espainiako biztanleek musika entzuteko duten interesaren eta ohituraren zentraltasunaren inguruan. Biztanleen %90,4k CD/kaseteak edo binilozko diskoak dituzte etxean. Espainiarren %50ek, ordea, egiaztatu egiten dute duela urtebetetik hona ez dutela musika erosi.

Erosketa-ohiturak aztertzeke orduan, oso esanguratsuak dira ezaugarri soziodemografikoak, baina batez ere, adina, bizi-egoera, prestakuntza-maila eta lan-egoera. Erosle ohikoenak 15 eta 24 urte artekoak dira, ezkongabeak dira, familiaren etxean bizi dira, ikasketa-maila handia dute eta ikasleak edo langileak dira.

Autonomia Erkidegoen arabera, Nafarroan, Euskadin, Balearretan eta Madrilen ematen dira zenbaki handienak.

Biztanle horiek, hain zuzen ere, 3,6 CD/kasete erosi dituzte batez beste. Honako hiru musika-estilo hauek dira eskatuenak: Espainiako pop-rocka, pop-rock latino eta nazioarteko pop-rocka. Biztanleen %31,4k egiaztatu egiten dute azken hiruhilekoan musika erosi dutela noizbait. Euretatik, %82,9k legezko saltokietan erosi zuten; %12,9k, legez kanpoko sistemen bitartez; eta %3,9k, beste saltoki batzuetan; esate baterako, kioskoetan, gasolindegietan...

Aldagai soziodemografiko hauek dituzte CD/kaseteko musika entzun ohi dutenek: 15 eta 34 urte arteko gizonezkoak, prestakuntza-maila ertaina/handia dutenak

Amaitzeko, honako hauexek dira musika erosteko oztopo ohikoenak: diskoen prezioa (%49,7), musikarekiko interesik eza (%19,5) eta nahi duten musika irradian edo telebistan entzuteko aukera (%14,1).

1.2. Euskal sektore fonografikoko eragileen osaketa eta ezaugarriak

Enpresa diskografikoak

Euskadin bertan, 26 eragile aurkitu dira, eta, eurretatik, %58k parte hartu dute azterlanean. Parte hartu dutenen %86 Gipuzkoan eta Bizkaian daude. Talde horretan, gainera, sektorean antzintasun handiena duten eragileak daude (%67 1998. urtea baino lehen sortu ziren).

Euskadin, 30 marka inguru daude, eta, eurretatik, 24 dira enpresa diskografiko horienak. Euskal musika-ekoizleen %33k euren grabazio-estudioa daukate, eta, aurkitutako 9 musika-argitaletxeetatik, 8k enpresa diskografiko horien egituren barruan eskaintzen dituzte zerbitzuak. Web orridun eragileen %38,5 musika-ekoizleak dira. Eragile horien erdiak baino gehiago (%60) merkataritza-sozietateak dira (S.A. edo S.M.). Azken bost urteotan, kontratazio-kopuru handiena izan dute sektorean. Kontratu horien %83 finkoak dira.

Ekoizpenerako ohiko eginkizunetara gehitu dituzten **jarduera berrien** artean, eskubideen kudeaketa (%47), banaketa (%40), managementa (%33) eta salmenta (%33) nabarmendu behar dira. Negozio-lerro berriok garatzean, diru-sarrerak lortzeko sistema berriak dituzte, arlo profesionalean hedatzen dira eta balio erantsia ematen diete bezeroei eskaintako zerbitzuei. %33k salmentan dihardute, eta, batez ere, jasotzean ordaintzeko sistema erabiltzen dute. Musika digitalaren salmenta ez dago oso zabalduta Euskadiko musika-ekoizleen artean. Eragileon %13k baino ez dute egiaztatu sistema hori erabiltzen dutela euren produktuak merkaturatzeko orduan.

Euskadin, Euskal Herriko Diskoetxeen Elkarte (EHDE) dago, eta bertako musika-ekoizleak ditu kide.

Grabazio-estudioak

29 grabazio-estudio aurkitu dira. Eragile gehienak Bizkaian (%45) eta Gipuzkoan (%34) daude; eta Araban, Nafarroan eta Iparraldean, %7, hurrenez hurren. Horrez gain, beste 5 estudio daude eta enpresa diskografikoenak dira. Lortutako datuak aurkitutako estudio independenteen %41enak dira. Eragileon %42 1998. urtea baino lehen sortu ziren; eta %25, 1999tik 2000. urtera. Milurteko berrian, grabazio-estudioen kopuruak gora eta gora egin du (%33 garai horri dagokio). Aurkitutako 30 marketatik, sei 5 grabazio-estudiorenak dira, bai eta bederatzi argitalpen-zerbitzuetatik bat ere. %38,5ek web orria daukate. **Titulartasun juridiko** hedatuena enpresari fisikoarena edo

Euskal musika-ekoizleen %33k euren grabazio-estudioa daukate, eta, aurkitutako 9 musika-argitaletxeetatik, 8k enpresa diskografiko horien egituren barruan eskaintzen dituzte zerbitzuak

langile autonomoarena da eragileen artean, eta, gutxienez, bat edo bi langile dituzte. Beraz, talde honetan, mikroenpresak dira nagusi. Hori horrela izanik ere, estudioetako langileen kopurua 7 puntu igo da 2000. urtetik 2004. urtera (22 lagunetatik 38 lagunetara). Azterlanean parte hartu duten estudioen %42k euren gain hartu dute 2003. urtean langileen %17ren kontratazioa. Kontratuon %74 mugagabeak dira. Estudioen %58k ez dute inor kontratatuta.

Egiaztatu egiten da grabazio-estudioen jarduera pixkanaka-pixkanaka migratzen ari dela komunikazioaren eta ikusentzunezkoen kulturaren sektorerantz (horra hor telebista, zinea, publizitatea...). Horrez gain, estudioak garatzen ari diren jarduera berrien artean, ekitaldien ekoizpena (%42) nabarmendu behar da.

Euskadin ez dago sektore honetako eragileen elkarterik. Aztertutako grabazio-estudioen bat Espainiako grabazio estudioen elkarteko kidea izan da.

Banaketa enpresak

Euskadin, zazpi aurkitu dira, eta, euretatik, bostek parte hartu dute azterlanean. Termino estatistikoetan, lau enpresa aztertu dira, euretako bi erakunde bakarra balira bezala hartu direlako kontuan. %75 Gipuzkoan daude; eta gainerako %25, Bizkaian. Guzti-guztiak inportazioan/esportazioan dihardute, eta %50ek banaketa eskusibista zein generalista garatzen dituzte. Datuak aztertzeko orduan, azterlanean parte hartu duten sei enpresa diskografikok garatutako banaketa ere hartu da kontuan, euren eginkizunen artean horrelako zereginak eskaintzen dituzte-eta.

Honelako enpresa batzuk zaharretakoak dira Euskadiko sektore fonografikoan (%50). Enpresa berrien sorrerari dagokionez, ez da enpresa diskografikoena eta grabazio-estudioena bezain talde bizia. Azken bi urteotan, eragile batzuk enpresa-testuingurutik desagertu dira, 2005. urtean, ordea, enpresa berri bat sortu da. %45ek baino ez dute web orria. Beste eragile batzuen aldean, banaketa-enpresen artean sozietate zibila edo ondasun-erkidegoa (%50) da nortasun juridiko hedatuena.

Langileen kopuruari dagokionez, talde honetan bertan dago langileen kopuruari begira sendoenetakoak diren zenbait enpresa, eta 6-20 langile dituzte. Nolanahi ere, egiaztatu egiten da talde honetako langileen kopurua erregularitasunez eta etengabe jaitsi dela azken bost urteotan. Enpresetako langileen ehunekoa 2000ko %22tik 2004ko %16ra jaitsi da. Banaketa-enpresen %90ek euren gain hartu dute 2003an sektorean kontratatutako langileen %20. Kontratuon %93 mugagabeak dira.

Egiaztatu egiten da grabazio-estudioen jarduera pixkanaka-pixkanaka migratzen ari dela komunikazioaren eta ikusentzunezkoen kulturaren sektorerantz: telebista, zinea, publizitatea...

Badirudi talde honek ez duela jarduera berririk eskaintzen ohiko jardueren artean, eta bitartekari moduan daukan ohiko eginkizuna berregituratzen eta egokitzen dabilela. Testuinguru berri horretan, musikaren euskarri fisikoa desorekan dago musika-formatu berrien, grabatutako musika zabaltzeko estrategien eta erabiltzaileek kontsumitzeko dituzten modu zein gustu berrien aurrean.

Euskadin ez dago talde honen interesak babesten dituen elkarterik. Talde honetako enpresa batzuk, gainera, Euskarri Diskografikoak Banatzeko Enpresen Elkarte Nazionalako (ANEDIko) kideak dira. Bestetik, beste eragile batzuen artean gertatutakoaren aldean, eragileon artean ez dago baterako kontzientziarik, gaur egungo eta etorkizuneko egoerari talde moduan aurre egin ahal izateko.

Musika-argitaletxeak

Bederatzi aurkitu dira, eta euretako zortzik egitura handiagoen, hau da, enpresa diskografikoen barruan eskaintzen dituzte zerbitzuak. Euretako bat grabazio-estudio batena da. %66 berdintasunez banatzen dira Gipuzkoaren eta Bizkaiaren artean, %22 Nafarroan daude, eta gainerako %12 Iparraldean. Orain dela gutxi, 9 musika-argitaletxeetatik 2 berezko nortasun juridikoa duten enpresa moduan finkatu dira. Beraz, enpresa-egitura independentea daukate, eta ez dute inolako zerikusirik jabe izan dituzten enpresa diskografikoekin, oraindik ere euren jarduera nagusiak enpresokin lotura estu-estua izan arren.

Aurkitutako musika-argitaletxeetako bat orain dela gutxi sortu da, euskal egileei eta interpreteei balio erantsiko zerbitzuak eskaintzeko asmoz. Argitaletxe horren eta beste batzuen artean badago alderik, enpresa diskografiko batekin zerikusia dutenak baino hartzaile gehiago bilatzean. Izan ere, badirudi horrelaxe gertatzen dela kontuan hartutako gainerako musika-argitaletxeetan.

Musika-saltokiak

Amaitzeko, izaera ezberdineko 58 musika-saltoki inguru aztertu dira: denda espezializatuak, aisialdi eta kultura arloko dendak, saltegi handiak, azalera handiak eta beste produktu batzuk saltzen dituzten dendak, eurentzat diskoen salmenta negozioaren zati txikia baino ez delako. Azken kategoria horren adibideak dira etxetresna elektrikoaren dendak, eta, gero eta disko gutxiago saltzen badituzte ere, oraindik ordezkartza daukate gure geografian. %41 Gipuzkoan daude; %27, Bizkaian; %26, Nafarroan; eta %6, Araban. Azterlan honetan, lehendik dauden saltegi guztien %28k parte hartu dute. Euretatik, %62 denda espezializatuak dira; %25, aisialdi eta kultura arloko dendak; eta %13, etxetresna elektrikoaren dendak. Saltegi eta azalera handiek ez dute parte hartu.

Badirudi banaketa enpresek osaturiko taldeak ez duela jarduera berririk eskaintzen ohiko jardueren artean, eta bitartekari moduan daukan ohiko eginkizuna berregituratzen eta egokitzen dabilela. Testuinguru berri horretan, musikaren euskarri fisikoa desorekan dago musika-formatu berrien aurrean

Azterlanean parte hartu duten saltegien %63 enpresa zaharretakoen artean daude (1998. urtea baino lehen sortu zirelako). Azken bost urteotan, ez dute inolako jarduera berririk eskaini diskoen salmentarekin zerkusua izan ohi duten jardueren artean. Enpresa guztiek diskoak ohiko salmentaren bidez merkaturatzen badituzte ere, %12k jasotzean ordaintzeko sistemaren bidez egiten dute eta %19k sarearen bidez saltzen dute musika. %31k web orria daukate.

Bi **nortasun juridiko** adierazgarrienak merkataritza-sozietateak (S.A. edo S.M.) (%50 horrelako enpresak direlako) eta langile autonomoak (%19) dira. Langile-kopuruari dagokionez, azterlanean parte hartu duten saltegi gehienak mikroenpresak dira, 2-6 langile dauzkatelako. Datuen arabera, enpresotako langileen ehunekoak bere horretan dirau eta, are gehiago, zertxobait igo da 2000. urtetik 2004. urtera. Saltokien %62k bere gain hartu dute sektoreko kontratuzko harremanen %28. Kontratu horien %92, gainera, mugagabeak dira.

Batez ere, banaketa-enpresen bidez eta, batzuetan, gutxitan bada ere, euskal enpresa diskografikoen bidez banatzen dira diskoak txikizkarion artean.

1.3. Euskadiko sektore fonografikoko enpresa-jarduera

Enpresa diskografikoak

2003an, Euskadin 179 disko berri editatu zituzten gutxi gorabehera, eta, 2004an, zenbateko hori arinki jaitsi zen, harik eta 169 titulu berrira iritsi arte. Urterik urte, euskarazko titulu berrien ehunekoa hazi egin da. 2002an, disko guztien %58 euskaraz editatu zituzten; 2003an, %61 (hau da, 3 puntu gehiago); eta 2004an, %64.

2003an editatutako titulu berrien **musika-estiloei** dagokienez, popa (%39), musika klasikoa (%33) eta jazz (%28) dira ohikoenak. 2003an, milatik gora erreferentzia (1.195 erreferentzia inguru) editatu zituzten Euskadin (produktu berriak eta katalogoko fondoak kontuan hartuta). 2004an, katalogoko fondoan oinarrituta editatutako tituluaren gorakadak produktu berrien beherakada (10 titulu gutxiago) konpentsatu zuenez, erreferentzien kopuru osoak aurreko urtekoak baino 30 unitate gehiago eduki zituen.

2003an, **600.000 kopia baino gehiago fabrikatu** zituzten guztira. 2004an, kopuru hori jaitsi egin zen, harik eta 553.977 kopietara iritsi arte. Kopien %66 produktu berriak dira; eta gainerako %34, katalogoan oinarrituta editatutako ekoizpenak.

Euskarriei dagokienez, 2003an editatutako diskoen %89 CDan aurkeztu zituzten. 2004an, euskarri horren nagusitasuna hazi egin zenez, %94koa izan zen. Kasetea eta VHSa ezinbestean desagertzen ari dira grabatutako

Enpresa guztiek diskoak ohiko salmentaren bidez merkaturatzen badituzte ere, %12k jasotzean ordaintzeko sistemaren bidez egiten dute eta %19k sarearen bidez saltzen dute musika

musikaren euskarri fisikoen artetik. DVDA, ordea, apurka-apurka sartzen ari da euskal merkatuan. Urterik urte, gero eta zeresan handiagoa badu ere, 2004an ez zuen zenbaki adierazgarririk lortu. CD-DVD konbinazioak ere ez du agerpen nabaririk erdietsi euskal merkatuan. Dena den, badirudi aurreikuspenak oso onak direla musika-ekoizle batzuen artean, kalitatea eta balio erantsiko zerbitzuak eskaintzen dizkielako kontsumitzaileei.

Handizkariei saltzeko batez besteko prezioa, hau da, banaketa-enpresek produktuak banatu baino lehen enpresa diskografikoek produktuoi ezarritako prezioa, aldatu egiten da produktu berriak edo katalogoko fondoan oinarritutako ekoizpenak direnean. Produktu berriei dagokienez, batez besteko prezioa 7,74 eurokoa zen 2003an; eta 8,17 eurokoa, 2004an. Katalogoko fondoko erreferentzientzako prezioa, ordea, 6,80 eurokoa zen 2003an eta 2004an. Hori dela eta, euskal produktuak handizkariei saltzeko batez besteko prezioa 7,28 eurokoa zen 2003an; eta 7,48 eurokoa, 2004an.

Grabazio-estudioak

Euskadiko grabazio-estudioen bilakaerak bi dimentsio dauzka, batetik, sektore fonografikoarekin lotuta dagoelako diskoen grabazioaren bitartez; eta bestetik, negozio-lerro berriekin lotuta dagoelako (publizitatea, komunikabideak, ikusentzunezkoen enpresak...) beste diru-iturri batzuen bila.

2000tik 2004ra enpresok **grabatzen emandako orduen kopuruaren** bilakaerari buruzko datuak aztertuz gero, agerikoa da 2002. urtean inboluzioa gertatu zela. Ondoren, 2003. urtetik aurrera, suspertu egin zen, grabazio-orduen urteko kopurua 1.300 eta 1.400 ordu artekoa izan zelako 2003an eta 2004an.

Grabazio-orduaren batez besteko prezioaren gorabeherak handiak dira kasu bakoitzean. Batezbestekoa 41,21 eurokoa zen 2000. urtean; eta 45,51 eurokoa, 2004. urtean. Hori dela eta, aldaketa 4,30 eurokoa izan da 4 urtetan.

2003an, grabatzeko eskabideen %75 euskal eremutik zetozen. Hala ere, 2004an, horrelako eskabideek behera egin zuten, eta estatuko eremukoak igo ziren. Egindako grabazioen %60 baino gehiago honako hauen artean daude banatuta: era guztietako erakundeek (udalek, aldundiek, fundazioek, elkarteek...) eskatutakoak eta sektore fonografikoarekin zerikusirik ez duten negozio-arlo berrietan egindakoak. Eskarien %10 enpresa diskografikoenak dira; eta %24tik %27ra doan ehunekoa, gero eta ugariagoak diren autoekoizpenenak.

Grabazio-estudioen jardueraren jarraipen ebolutiboak hiru ideia iradoki ditu:

Euskadiko grabazio-estudioen bilakaerak bi dimentsio dauzka, batetik, sektore fonografikoarekin lotuta dagoelako diskoen grabazioaren bitartez; eta bestetik, negozio-lerro berriekin lotuta dagoelako: publikitatea, komunikabideak, ikusentzunezkoen enpresak...

- Autoekoizpenen kopurua urtero igo da, enpresa diskografikoen eskabideen aldean.
- Gero eta lan gehiago garatzen dituzte fonografikoa ez beste sektore batzuetan, eta mass mediekin, publizitate-munduarekin eta ikusentzunezkoekin dute zerikusia.
- Hainbat eta hainbat grabazio-estudio beste merkatu-zoko batzuetarantz ari dira mugitzen.

Banaketa-enpresak

2003. urtean, Euskadiko banaketa-enpresek (enpresa espezializatuek eta euskal musika-ekoizleen %33k) 700etik gora bezeroko zorroa zeukaten. Euretatik, %42 euskal merkatutik zetozen; %24, estatutik; eta %34, nazioartetik. 2004. urtean, bezeroen kopuruak behera egin zuen (100 bezero inguru), eta, batez ere, euskal eremutik etorritako eskarietan izan zuen eragina.

2003an, euskal eragileek milioi bat kopia baino gehiago banatu zituzten guztira. Euretatik, %52 kanpoko produktuak izan ziren; eta %48, euskal produktuak. Banaketa-enpresek kopien %80 banatzen dituzte; eta gainerako %20, enpresa diskografikoen euren. 2004an, eragileek banatutako kopia kopurua 150.000 unitate jaitzi zen ia-ia, eta inguruabar hori nabari-nabaria izan zen enpresa diskografikoetan.

Banatzaileek produktuetarako zehaztutako **batez besteko prezioa** produktuen jatorriaren arabera aldatzen da: 7,84 eurokoa, tokian tokiko produktuetarako; eta 9,91 eurokoa, kanpoko produktuetarako. 2004. urtean, euskal produktuen batez besteko prezioa 0,50 euro jaitzi zen ia-ia, eta kanpoko produktuena euro bat igo zen ia-ia.

Euskal eragileek banatutako diskoek helburu dituzten merkatuei dagokienez, honako hauxe esan behar da:

- %85ek euskal merkatua dute helburu. Euskal produktuen ehunekoa %65ekoa da, eta Gipuzkoan zein Bizkaian banatzen dituzte, batez ere. Kanpoko produktuen ehunekoa, ostera, %32koa da, eta Gipuzkoan zein Nafarroan banatzen dituzte, batik bat.
- %13k estatuko merkatua dute helburu (Madril, Bartzelona eta Kantauri Itsasoko erlaitzeko gune batzuk, batez ere).
- Gainerako %2 nazioarteko zenbait herrialdetan banatzen dituzte.

Euskal eragileek banatutako kopiak jasotzen dituzten **saltoki-motei** dagokienez, %60 azalera handietara joan ohi dira; %28, diskoen salmentan espezializatutako dendetara; %11, aisialdi eta kultura arloko dendetara (beste kultura-produktu batzuk ere saltzen dituzte: liburuak, ikus-entzunezko produktuak...); eta gainerako %2, etxetresna elektrikoaren dendetara, euskal sektore fonografikoan gero eta zeresan txikiagoa badute ere.

- Autoekoizpenen kopurua urtero igo da, enpresa diskografikoen eskabideen aldean.
- Gero eta lan gehiago garatzen dituzte fonografikoa ez beste sektore batzuetan, eta mass mediekin, publizitate-munduarekin eta ikusentzunezkoekin dute zerikusia.
- Hainbat eta hainbat grabazio-estudio beste merkatu-zoko batzuetarantz ari dira mugitzen.

Euskal enpresa diskografikoek sortutako produktuen ekoizpena, banaketa eta salmenta

2003. urtean, euskal enpresa diskografikoek 614.179 kopia inguru editatu zituzten guztira, produktu berriak eta katalogoko fondoan oinarritutako erreferentziak kontuan hartuta. Editatutako erreferentzia guztietatik, %63 banaketan espezializatutako euskal enpresek banatu zituzten; eta gainerako %47, enpresa diskografikoek eurek. Euskal produktuen kopurua euskal eragileek banatutako kopien %48 ingurukoa izan zen. Euskal enpresa diskografikoek salmentari buruz emandako datuen arabera, kopien %65-%75 saldu ziren 2003. urtean. Ekoizitako gainerako kopiak, ostera, abiapuntura itzuli ziren, musika-ekoizleengana, alegia.

2003. urtean, **euskal enpresa diskografikoen salmenten balioa** 2,7 milioi eurokoa izan zen, hau da, urte horretan bertan Euskadin lortutako salmenten balioaren %7koa eta Espainiako merkatuak erdietsitako salmenten balioaren %0,5koa.

Saldutako kopien ehuneko handiena (%83koa) euskarazko produktuei dagokie. **Musika-estilo**ei dagokienez, kopia gehienak poparekin (%63) eta jazzarekin (%34) zerikusia duten musika-estiloetakoak izan ziren. CDa sendotu egin da euskal merkaturan, gehien saldutako euskarria izan da-eta. Publikoari euren produktuak, hau da, CDak zuzenean saltzeko asmoz, enpresa diskografikoek ezarritako batez besteko prezioa 11,85 eurokoa izan zen 2003an. Internet bidezko musika-salmenta enpresa diskografikoen %13k erabiltzen badute ere, oraindik ez da batere adierazgarria Euskadiko musika-ekoizleentzat.

Musika grabatuaren salmentak Euskadin

Azken urteotan, salmentak jaitsi egin dira. Joera hori, gainera, orokorra izan da sektore fonografikoan, era guztietako adierazpideak dituen pirateriaren ondorioz. Hain zuzen ere, pirateriaren ondorio larrienetakoa dela esan daiteke. 2002. urtetik 2004. urtera, salmenten kopurua ia-ia 10 milioi euro jaitsi da balioari dagokionez (%22); eta milioi bat, unitateei dagokienez (%23, gutxi gorabehera).

2003an eta 2004an, kanpoko produktuak Euskadiko salmentetako protagonista nagusiak izan ziren (%90 ingurukoak, euskal produktuei dagokien %10en aldean). Gehien bat, ingelesa izan da kanpoko produktuetan erabiltako ohiko hizkuntza (%89, gaztelaniari dagokion %11ren aldean). Euskal produktuetan, euskarazko musikaren salmenten nagusitasuna nabarmendu beharra dago (%73). 2004. urtean, euskarazko musikaren salmentak zertxobait igo ziren. 2003. urtean, kopien %93 CDan saldu ziren, eta DVD musikala gutxi-gutxika sartu zen euskal musika-merkaturan (%4). Euskal musika-kontsumitzaileek oso gustuko dituzte poparen (%61) eta jazzaren (%23) barruan sailkatutako estiloak. Musika klasikoaren salmenta, ordea, %16koa da.

Azken urteotan, salmentak jaitsi egin dira. Joera hori, gainera, orokorra izan da sektore fonografikoan, era guztietako adierazpideak dituen pirateriaren ondorioz. Hain zuzen ere, pirateriaren ondorio larrienetakoa dela esan daiteke. 2002. urtetik 2004. urtera, salmenten kopurua ia-ia 10 milioi euro jaitsi da balioari dagokionez (%22); eta milioi bat, unitateei dagokienez

Diskoa Publikoari Saltzeko Batez besteko Prezioa (PSBP) hiru faktoreren arabera aldatzen da: lehenik, produktuaren jatorria, hau da, euskal produktua edo kanpoko produktua den. Kanpoko produktuaren prezioa tokian tokiko produktuarena baino garestixeagoa da. Alde hori, gainera, 1,63 eurokoa izan zen 2004. urtean. Bigarrenez, produktu-mota (produktu berriak, arrakasta handiak, katalogoko fondoak edo serie ertaina diren). Produktu horiek Euskadin eta Estatu espainolean dituzten prezioak alderatuta, euskal eremuko batez besteko prezioak Espainiako testuingurukoak baino garestiagoak dira. Azkenik, saltzailea (denda edo enpresa diskografikoa bera). Prezioak 3,6 euro merkeagoak dira, produktua musika-ekoizleak berak salduz gero.

1.4. Euskal enpresa diskografikoen jarduera ekonomikoa

2003ko ekitaldian, aztertutako euskal enpresa diskografikoek (enpresa guztien %50ek) lortu zituzten **diru-sarreraren kopurua** 3 milioi eurokoa izan zen ia-ia. Datu horren arabera, euskal enpresa diskografikoek estatuko fakturazioaren kopuru osora egindako ekarpena %0,5koa izan zen.

Diru-sarreraren %99 enpresok garatzen duten enpresa-jardueratik sortu ziren, diskoen salmentatik, alegia. Hori dela eta, agerikoa da zenbait eratako dirulaguntzen edo laguntzen bidez lortutako babes ekonomikoa hutsaren hurrengoa (%1ekoa) izan zela. Ez da ageri babes-ekintzekin zerikusia daukan kanpoko beste diru-iturririk.

Enpresa hauek izandako **gastuen kopurua** 2 milioi eurokoa izan zen ia-ia. Gastuen %78 enpresa diskografikoek garatutako ekoizpen-jardueraren ondorioz sortutakoak izan ziren; %4, ibilgetua amortizatzeko zuzkidurengatikoak; eta gainerako %18, ustiapeneko beste gastu batzuk.

Gastu finkoak edo aldagarriak aztertzean, argi eta garbi dago enpresa diskografikoek izandako gastuen %80 aldagarriak izan zirela (fabrikazioa, sustapena, artistentzako edo interpreteentzako royaltien ordainketa edo Egile eta Editoreen Elkartearentzako zergen ordainketa). Enpresa diskografiko sendoenek izandako gastu aldagarrien batezbestekoa 260.000 eurotik gorakoa izan zen. Gainerako %20, ordea, gastu finkoei dagokie (diseinua, grabazioa, materialaren edo espazioen alokairua). Enpresa sendoenen gastu finkoen batezbestekoa 80.000 eurokoa izan zen, gutxi gorabehera. Disko berri guztiekin batera garatutako sustapena eta marketinga gastu aldagarrien %5ekoa izan ziren.

Diru-sarreraren eta gastuen arteko ezberdintasuna aztertuz, **ustiapenaren emaitzak** lortzen dira: 2003ko ekitaldian, euskal enpresa diskografikoen ustiapenaren emaitzak 833.821 eurokoak izan ziren, lortutako in-

Aztertutako euskal enpresa diskografikoen erdiek baino gehiagok (14tatik, 9k) zailtasun ekonomikoak dituztela eta sektorearen jarraipena jartzen dutela arriskuan. Bederatzi kasutatik, hirutan, ustiapenaren emaitzak negatiboak izan ziren 2003ko ekitaldian

tsumo guztien %30ekoak, alegia. Nolanahi ere, emaitza horien %91 kontabilitate-egoera egonkorragoa daukaten hiru euskal enpresa diskografikoei dagokie. Hain zuzen ere, emaitzen %68 enpresa bati dagokio, eta gainerako %23 hiru enpresotako biren artean banatuta dago. Hori dela eta, badirudi aztertutako euskal enpresa diskografikoen erdiek baino gehiagok (14tatik, 9k) zailtasun ekonomikoak dituztela eta sektorearen jarraipena jartzen dutela arriskuan. Bederatzi kasutatik, hirutan, ustiapenaren emaitzak negatiboak izan ziren 2003ko ekitaldian.

2003. urtean, aztertutako euskal enpresa diskografikoei ekipamenduetan eta azpiegituretan egin zituzten **inbertsio nagusiak**. Izan ere, 600.000 euro baino gehiago inbertitu zituzten guztira, inbertsio guztien %92, alegia. Gainerako %8, ordea, zenbait eratako inbertsioei dagokie, eta, oro har, inmaterialak izan ohi dira.

2. GAI KRITIKOEN DIAGNOSTIKOA: FUNTSEZKO IDEIAK

Oro har, azterketari esker lortutako erradiografiaren arabera, guztira 132 eragile daude sektore fonografikoan zuzenean inplikaturik. Eurretatik, 26 enpresa diskografikoak dira (%20); 29, grabazio-estudioak (%22); 12, musika-argitaletxeko zerbitzuak (%9); 7, banaketa-enpresak (%5); eta 58, saltokiak (%44). Eragile gehienak Gipuzkoan (%40) eta Bizkaian (%34) daude kokaturik. Azterlanean erabilitako datuak eragile guztien %42ri dagozkie, euren partaidetza oso desberdina izan bada ere. Parte-hartzaileen artean, euskal sektore fonografikoko enpresa adierazgarrienak daude.

Sektorearen mikrosegmentazioa

Enpresa txikiek osatzen duten sektorea da, kasu gehienetan (%87) 1-5 langile dauzkatelako. 2000. urtetik 2004. urtera, mikroenpresen kopurua hirukoiztu egin da sektorean, lehengo %11tik %34ra igo baita. Horrez gain, lanbide-ibilbide luzeko enpresak dira, %57 orain dela hamarkada batetik gora sortu zituztelako. Enpresa zaharrenen artean, enpresa diskografikoak, banaketa-enpresak eta zenbait saltoki daude. Nolanahi ere, bi ezaugarriok (antzinatasuna eta enpresen tamaina txikia) ez dira batera lagungarriak izan, sektoreko eragileek interes eta kezka berberak dauzkaten enpresarien taldea sortu dezaten. Ideia hori, hain zuzen ere, azken urteotan hasi da sortzen, sektoreko enpresen bideragarritasuna arriskuan jartzen duten mehatxuen ondorioz (euren artean, era guztietako pirateria da adierazgarriena).

Enpresa txikiek osatzen duten sektorea da, kasu gehienetan (%87) 1-5 langile dauzkatelako. 2000. urtetik 2004. urtera, mikroenpresen kopurua hirukoiztu egin da sektorean, lehengo %11tik %34ra igo baita

Sektoreko langileak

Kalkuluen arabera, 2003. urtean 450 langilek lotura zuzena zeukaten Euskadiko sektore fonografikoko ekoizpenarekin, banaketarekin eta salmentarekin². Hori dela eta, agerikoa da nolako zeresana daukaten sektoreak, bere jarduerak eta gaur egungo merkatuak Euskadin. Oro har, sektoreko langile-kopuruaren bilakaera egokia bada ere, 2000. urtetik 2004. urtera banaketa-enpresetako langileen kopuruak behera egin du. Grabazio-estudioetako langileen kopuruak, ordea, gora egin du garai horretan, negoziolero berriak ireki direlako, besteak beste.

Informazioaren eta komunikazioaren teknologien agerpena

IKTen agerpena eta erabilera oso eskasak dira sektorean, eragileen araberako iragazkortasun-maila desberdina bada ere. Enpresa diskografikoek eta grabazio-estudioek oso ondo hartu dituzte horrelako baliabideak. Dena den, euren artean ere, erabilera ez da lar esanguratsua. Esate baterako, eragileen %55ek web orria daukate, eta musikaren salmenta birtualerako ekimen gehienak enpresa diskografikoenak dira (%13 besterik ez). Nolanahi ere, 2004. urtean, mugimenduak egon ziren sektorean zentzu horretan. Euskadin kokatutako azalera handien artean esperientzia aitzindariak daude salmenta birtualean, eta euskal enpresa diskografiko batzuek katalogoak digitalizatzen hasteko asmoa daukate.

Euskadiko jarduera fonografikoaren ohiko balio-katearen aldaketak

Aldaketa nagusien artean, ohiko jarduerak ez ezik, enpresa diskografikoak eta grabazio-estudioak eginkizun berriak ere garatzen hasi direla nabarmendu behar da. Eskubideen kudeaketa, banaketa, managementa eta salmenta zuzena diru-sarrera berriak dira enpresa diskografikoentzat. Ohiko jarduerak ez ezik, jarduera fonografikoarekin zerikusirik ez duten eta ikus-entzunezko industriekin zein komunikabideekin zerikusi handia daukaten negoziolero berriak eta ekitaldiak ere ekoizten dituzte grabazio-estudioek.

Sektoreko jarduera kopurua

Berezko lurraldea eta merkatua txikiak direnez, sektoreak mugak baditu ere, Euskadiko enpresa-jarduera nabaria da, eta musika-ekoizpenaren ezaugarriak dira horren adierazgarri. 2000. urtetik 2003. urtera, egiaztatu egin da

2. Erreferente moduan, 2001. urtean, 1.128 langile zeuden Kataluniako sektore fonografikoan. Edonola ere, azterlan honetako datuek ez dituzte sektoreko eragile guztiak kontuan hartu (esate baterako, ekoizle artistikoak, fabrikatzaileak...).

IKTen agerpena eta erabilera oso eskasak dira sektorean, eragileen araberako iragazkortasun-maila desberdina bada ere. Enpresa diskografikoek eta grabazio-estudioek oso ondo hartu dituzte horrelako baliabideak

produktu berrien ekoizpenaren urteko kopurua pixkanaka-pixkanaka igo zela (179 titulu berri, 2003. urtean). Joera hori, ordea, 2004. urtean eten egin zen, %6 jaitsi zen eta. Euskarak zeresan handia dauka produktu berrien ekoizpenean. Bere garrantzia 5 portzentaje unitate hazi da 2002. urteaz geroztik, urte horretan titulu berri guztien %58koa zelako bere ehunekoak. Euskadin, gainera, produktu berrien ekoizpenak hiru musika-estilo ditu helburu: popa³ (%39), musika klasikoa⁴ (%33) eta jazza⁵ (%28). Nolanahi ere, ekoizpen-fasean musika klasikoari eskainitako atentzia ez da behar den moduan islatzen Euskadiko disko-salmentan, popa eta jazza direlako kontsumitzaileen estilo gogokoenak. Oraindik ere, CDa nagusi da ekoizpenerako ohiko euskarri moduan. Bien bitartean, DVDA eta bien arteko nahasketa (CDa+DVDA) apurka-apurka sartzen ari dira merkatuan.

Katalogo fondoa

Funtsezko baliabidea da enpresa diskografikoentzat. Euskadiri dagokionez, musika-ekoizleen %33k dute baliabide hori. Produktu berriak eta katalogoko fondoko erreferentziak kontuan hartuta, 2003. urtean 1.200 erreferentzia ekoitzi zituzten ia-ia. 2004an, ekoizpenaren kopurua %2 igo zen katalogoko fondoari esker, produktu berrien kopuruaren %6ko beherakadari aurre egin ziolako. 2003. urtean, 600.000 kopia baino gehiago fabrikatu zituzten. Urte horretako datu ekonomikoen arabera, azterlanean parte hartu duten euskal enpresa diskografikoen ekoizpenaren balioa bi milioi eurokoa izan zen. 2004an, ostera, fabrikatutako kopien kopurua %10 jaitsi zen, Euskal musika-ekoizleek aurreikusitako salmenten atzerakadaren adierazgarri.

Enpresa diskografikoek sektorearekin duten lotura profesionala

Ekoizpenaren kopurua enpresa diskografikoek sektorearekin ezarritako lotura profesionala edo ez hain profesionala den zehazteko erabilitako adierazleetako bat da. Ekoizpen-jardueraren arabera, bi talde daude enpresa diskografikoen artean. Lehenengo taldean, enpresen %47 daude, euren urteko ekoizpena 20 erreferentziatitik gorakoa da, batzuetan ehunera ere iristen dira eta era profesionalean dihardute sektorean. Bigarren taldean, ordea,

3. Honako hauek hartzen dira kontuan "pop" estiloaren barruan: popa, pop-rocka, indie-popa, britpopa, rocka, garaje rocka, rockabillya, stoner rocka, post rocka, rock 'n rolla, glam rocka, emo popa, power popa, ska, reggaea, duba, dance-halla, ska-corea, ska-punka, rocksteady, hip hopa, rapa, ragga, urbana; hardcorea, punka, punk-rocka, hardcore-punka, hardcore metala, post hardcorea, grindcorea, emocorea, crusta, powerviolencea, garaje punka, Oi!, street punka, rock metalikoa, heavy metala, hard rocka, trashmetala, death-metal, gothic metala; elektronikoa, teknoa, dancea, electro clasha, drum 'n bassa, avantgardea, keyboard musika, funk diskoa, dantzatzeko musika.

4. Honako hauek hartzen dira kontuan estiloaren barruan: klasikoa, garaikidea, saiakuntzazkoa, lirikoa, opera, korala, zarzuela, soinu-bandak/musikalak.

5. Honako hauek hartzen dira kontuan "jazz" estiloaren barruan: jazza, bluesa, rythm and bluesa, soula, gospela, folka, tradizionala, countrya, cajúna, sus-traidun musikak, fusioa, latina, flamenkoa, Espainiakoa, Euskadikoa, zelta...

2003. urtean, 600.000 kopia baino gehiago fabrikatu zituzten. Urte horretako datu ekonomikoen arabera, azterlanean parte hartu duten euskal enpresa diskografikoen ekoizpenaren balioa bi milioi eurokoa izan zen

enpresen %53 daude, euren urteko ekoizpena 1-4 erreferentzia artekoa da, eta guzti-guztiak produktu berriak dira, katalogorik ez dutelako. Bigarren taldearen ekoizpenaren kopuruari erreparatuta, agerikoa da sektorearekin daukan lotura ez dela hain profesionala.

Banaketa diskografikoa merkatuen arabera

Banaketari dagokion fasean, banaketan espezializatutako enpresak eta euskal enpresa diskografikoen %33 daude inplikaturik, eta azken horiek euren produktuak banatzen dituzte, batez ere. 2003an, euskal eragileek milioi bat kopia baino gehiago banatu zituzten Euskadin. %48 euskal produktuei dagokie, hau da, euskal enpresa diskografikoei⁶ ekoiztutako diskoei; eta gainerako %52, atzerriko produktuei. Banaketaren pilaketa geografikoa handi-handia da euskal merkatuan, banatutako kopia guztien %85 geratzen direlako salgai merkatuan. %13, berriaz, estatuko merkatura doaz, eta %2 baino ez dira beste herrialde batzuetan banatzen, Europako eta Latinoko-amerikako herrialdeetan, batez ere. Banatutako produktuen batez besteko prezioa jatorriaren arabera aldatzen da. Nabarmendu egin behar da nolako aldea dagoen banatzaileek atzerriko produktuei jarritako prezioan, 2003. urtean euskal produktuena baino bi euro garestiagoa zen-eta.

Euskadiko enpresa diskografikoen salmenta kopurua

Espainiako merkatuko salmenten kopuruaren joera txarra kontuan hartuta, 2002. urtetik 2004. urtera Euskadiko salmentak 10 milioi euro eta milioi bat unitate jaitsi ziren. Kalkuluen arabera, hain zuzen ere, Euskadiko salmenten balioa 39,7 milioi eurokoa eta 4,18 milioi unitatekoa izan zen 2003. urtean. Horren ondorioz, 2002. urtearen aldean, balioa %10 jaitsi da; eta unitateak, %11.

Euskadiko musika-salmentak transnacionalizatu eta homogeneizatu egin daitezke, atzerriko produktuek zeresan handia dutelako Euskadiko musika salmentetan, hau da, %90ekoa, euskal produktuen %10en aldean. Euskadin, diskoen PSBPak estatuan baino handiagoak dira, produktu-mota kontuan hartuta (arrakasta handiak, produktu berriak, serie ertaina). Joera hori alderantzizkoa da katalogoko produktuetan. 2003an, atzerriko produktuak publikoari saltzeko batez besteko prezioa (15,93 euro) euskal produktuena (15,56 euro) baino handiagoa zen. Alde hori, gainera, 1,63 euro igo zen 2004. urtean, euskal produktuen prezioak behera egin zuelako eta atzerriko produktuen prezioak gora egin zuelako.

6. EAEko hiru lurralde historikoak, Araba, Gipuzkoa eta Bizkaia, Nafarroa eta Iparraldea hartu dira kontuan, bertako ekoizpenak garrantzia dutelako euskal jardueren fonografikoan.

Euskadiko musika-salmentak transnacionalizatu eta homogeneizatu egin daitezke, atzerriko produktuek zeresan handia dutelako Euskadiko musika salmentetan, hau da, %90ekoa, euskal produktuen %10en aldean

Euskal enpresa diskografikoek (euskal produktuek) lortutako salmenten kopuruari dagokionez, azpimarratu egin behar da 2001. urtean joera txarra hasi zela eta bere horretan dirauela gaur egun. 2003. urtean, enpresen fakturazioaren kopurua 3 milioi eurokoa izan zen ia-ia (2,7 milioikoa, hain zuzen ere), hau da, euskal merkatu fonografikoak urte horretan bertan erdietsitako salmenta-kopuruaren %7koa eta Espainiako merkatuak lortutako salmenten balioaren %0,5ekoa. Euskadin, salmentaren batezbestekoa txiki samarra da, berezko merkatua eta kontsumitzaileen kopurua txikiak direlako. Euskal musika-ekoizleen datuen arabera, 2003. urtean euskal produktuen 450.000 kopia saldu ziren, hau da, fabrikatutako euskal produktuen kopia guztien (614.179 kopien) %72, inguru. Gainerako ehunekoa (%28) musika-ekoizleei itzultzen diete.

Euskarazko musika

Bere salmenta euskal produktuen salmenten %83koa da. Enpresa diskografikoen %33k garatutako salmenta zuzenari erreparatuta, eragileok oso lehiakorrak dira saltokien aldean, enpresa diskografikoek euren bidez saldutako euskal produktuen (CDak) PSBPa 3,6 euro inguru merkeagoa delako, saltokiek merkaturatutako produktu beraren aldean. Enpresa diskografikoen %13k ekimenen bat garatu badute ere, oraindik Internet bidezko musika-salmenta (euskarri fisikoan eta digitalean) ez da lar esanguratsua musika-ekoizleentzat.

Euskal enpresa diskografikoen egoera ekonomikoa

Euskal enpresa diskografikoen egoera ekonomikoa ez da lar ona. 2003ko ekitaldiko diru-sarreraren eta gastuen arteko aldearen saldo positiboa 833.821 eurokoa (erdietsitako intsumo guztien %30ekoa) bada ere, aztertutako euskal enpresa diskografikoen erdiek baino gehiagok (14 enpresatik, 9k) zailtasun ekonomikoak dituzte, eta, horren ondorioz, ez dakite sektorean jarraitu ahal izango duten. Egoera hori egiaztatu egiten da, urte horretan lortutako saldo guztiaren %91 kontabilitate-egoera egonkorrena daukaten hiru enpresa diskografikoei dagokielako.

Sektoreari eta jarduerari buruzko azalpen xeheari esker, Euskadin grabatutako musikaren garapenean eragin kaltegarria duten zenbait alderdi ikusten dira sektorearen ezaugarri bereizgarrien artean. Izan ere, oso egokia izango litzateke hutsune edo gabezia horiek konpontzea eta egokitzeko mekanismo berriak abian jartzea, musika digitalaren egoera aldagarrian nahikoak ez direlako.

Euskarazko musikaren salmenta euskal produktuen salmenten %83koa da

3. HAUSNARKETA ESTRATEGIKOA

Sektoreko gai kritikotzat jotakoak gerora hiru proposamen-mailatan burutuko den hausnarketa estrategikorako abiapuntua dira. 3 ardatz estrategiko formulatu dira, baita ardatz bakoitzari lotutako helburuak eta helburu bakoitzari dagozkion ekintza-ildoak ere, jarraian laburbiltzen direnak.

Euskal enpresa fonografikoen finkapena sektore industrial gisa

Sektorea atomizatuta dago Euskadin, euren kabuz lan egiten ohituta dauden mikroenpresak dituelako osagai eta euren artean ez delako kidetza profesionalik sendotu. Hori dela eta, badirudi beste era batera lan egiten hasi behar direla. Euskal enpresa fonografikoak sektore korporatibo moduan sendo daitezen, beste era batera antolatu eta kudeatu behar dira, antzeko interesak defendatu behar dituzte, negozioa babestu behar dute eta baterako irtenbideak bilatu behar dituzte, musika-konpainia handien aurrean talde moduan daukaten jarrera hobetzeko asmoz. Izan ere, elkarte profesionalak, "kudeaketa-taldeak" eta egitura globalagoak, plataforma profesionalak, sortu behar dituzte, sektorea ordezkatzeko, negoziaketarako indar handiagoa izateko eta euskal enpresa fonografikoen ohiko negozio-eredua egokitzeko eta berregituratzeko.

Era berean, badirudi jarduera fonografikoan inplikaturako eragileen eginkizunak berriro zehaztu behar direla. Ekoizteko, banatzeko eta saltzeko ohiko ereduak zaharkituta geratu dira, komunikazioaren teknologiak agertzean, gero eta zeresan handiagoa dutelako musika digitalaren bidez eta merkaturatzeko bide eta sistema berriak eskaintzen dituztelako.

Sektoreko enpresa-jardueraren eta bere balio-katearen dinamizazioa

Egoera berri horretara egokitzeko eta bertan irauteko, ohiko negozio-eredua (euskarri fisikoan ekoitzi, banatu eta saldutako musikan oinarritutakoa) eta on line musikarekin zein ekoizteko eta merkaturatzeko prozesu berriekin lotutako eredu bateratu behar dira. Bi kasuetan, lehentasunezkoa da sormena eta berrikuntza sustatzea, bezeroei orientazio pertsonalizatua eskaintzea, eskari ugari egokitutako kalitatea bermatzea eta balio erantsia ematea legez kanpo barik legearen arabera eskuratutako musika grabatuaren eskaintzari.

Euskal Administrazioaren eta euskal sektore fonografikoaren arteko lankidetzaren eta elkarrizketaren finkapena

Euskal sektore fonografikoak arrakastaz jarri behar du abian negozio-eredu berri hori eta euskal musika on line musikaren merkaturatzean egongo dela bermatu behar du. Horretarako, etorkizun hurbilean prestakuntza, ekonomia

Sektorea atomizatuta dago Euskadin, euren kabuz lan egiten ohituta dauden mikroenpresak dituelako osagai eta euren artean ez delako kidetza profesionalik sendotu. Hori dela eta, badirudi beste era batera lan egiten hasi behar direla

eta kudeaketa arloko erronkei aurre egin beharko diete sektoreko profesionalak. Administrazioaren zeregina oso garrantzitsua da prozesu horretan. Lehenengo eta behin, babeserako eta sustapenerako estrategia berriak sortu behar ditu, lehendik daudenak dibertsifikatu ahal izateko. Bigarren, neurri legalak, administratiboak eta sozialak hartu behar ditu, jabetza intelektualaren eta lan profesionalaren babeserako eskubidea zaintzeko. Hirugarren, elkarrizketarako eta komunikaziorako bide iraunkorrak sustatu eta mantendu egin behar dituzte sektoreko ordezkarien eta administrazio maila desberdinen artean.

Mundu zabaleko musikagintza aldatzen ari denez, industria hori babesten duten jarduerak eta enpresa-prozesuak ere aldatu egin behar dira, bai eta sektoreko profesionalen ezaugarriak ere. Egitura aldaketatzat hartutako krisi guztietan, egokitu beharra dago. Horretarako, mehatxuak eta aukerak zeintzuk diren zehaztu behar da, eta behar den moduan kudeatu behar dira biak. Gaur egun, ageri-agerikoa da aldaketa horietara egokitu beharra dagoela, grabatutako musika kontsumitzeko ohiturak aldatu egin direlako, sektoreko enpresa independenteen bideragarritasun ekonomikoa arriskuan dagoelako eta konpainia sendoenen zimenduak hondatu egiten direlako.

Sektoreko profesionalen esanetan, azken urteotan inoiz baino musika gehiago entzuten bada ere, inoiz baino musika gutxiago erosten da. Grabatutako musikaren kontsumoa ez dago krisian, eta eskaria dagoen bitartean..., etorkizuna izango du sektoreak.

Gaur egun, ageri-agerikoa da aldaketa horietara egokitu beharra dagoela, grabatutako musika kontsumitzeko ohiturak aldatu egin direlako, sektoreko enpresa independenteen bideragarritasun ekonomikoa arriskuan dagoelako eta konpainia sendoenen zimenduak hondatu egiten direlako



kulturabehatokia@ej-gv.es