



Repartycja w praktyce

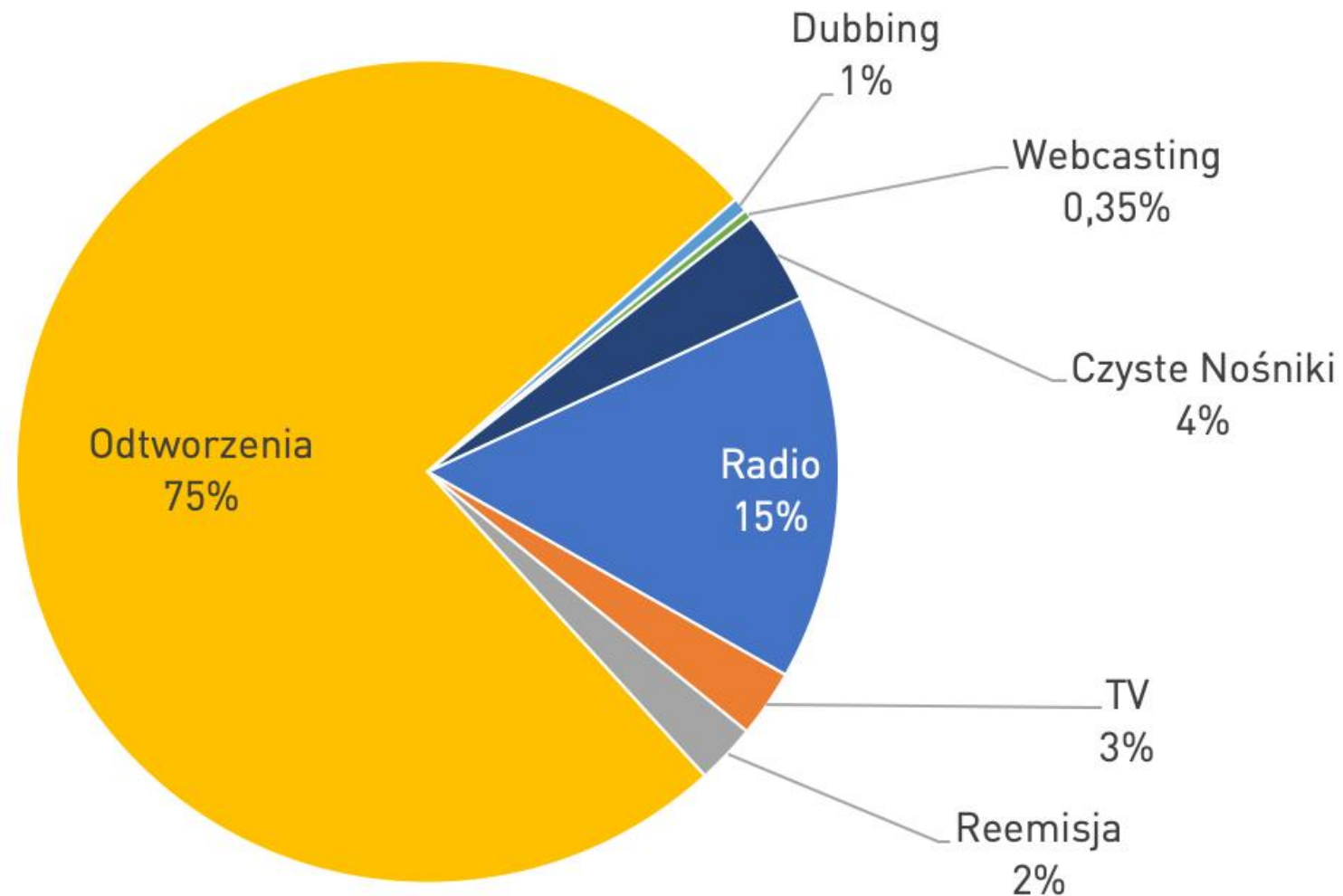
Założenia, dane, technologia

Bogusław Pluta
Dyrektor OZZ ZPAV

Agenda spotkania

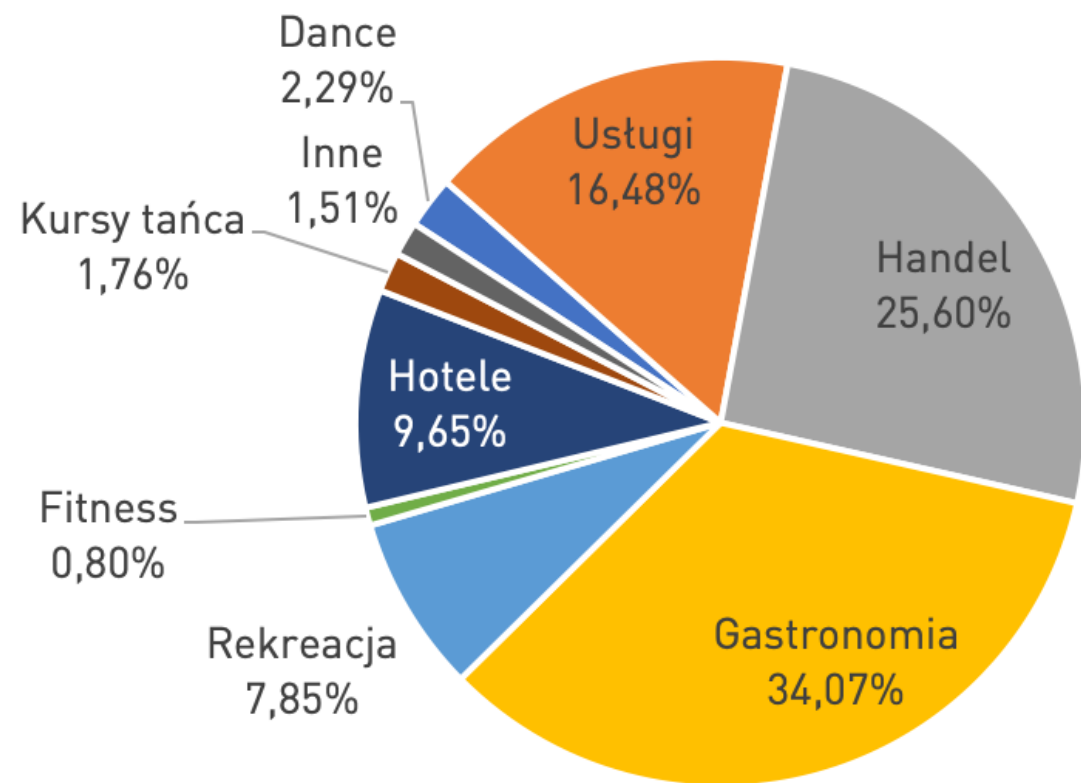
- Stan obecny - prezentacja
 - Rynek
 - Podstawy formalne
 - Założenia
 - Posiadane dane
 - Algorytm przetwarzania
 - Dane wyjściowe
 - Czynniki wpływające na wysokość naliczeń
 - Obszary potencjalnych udoskonaleń
- Dyskusja
- Podsumowanie

Rynek – struktura wpływów

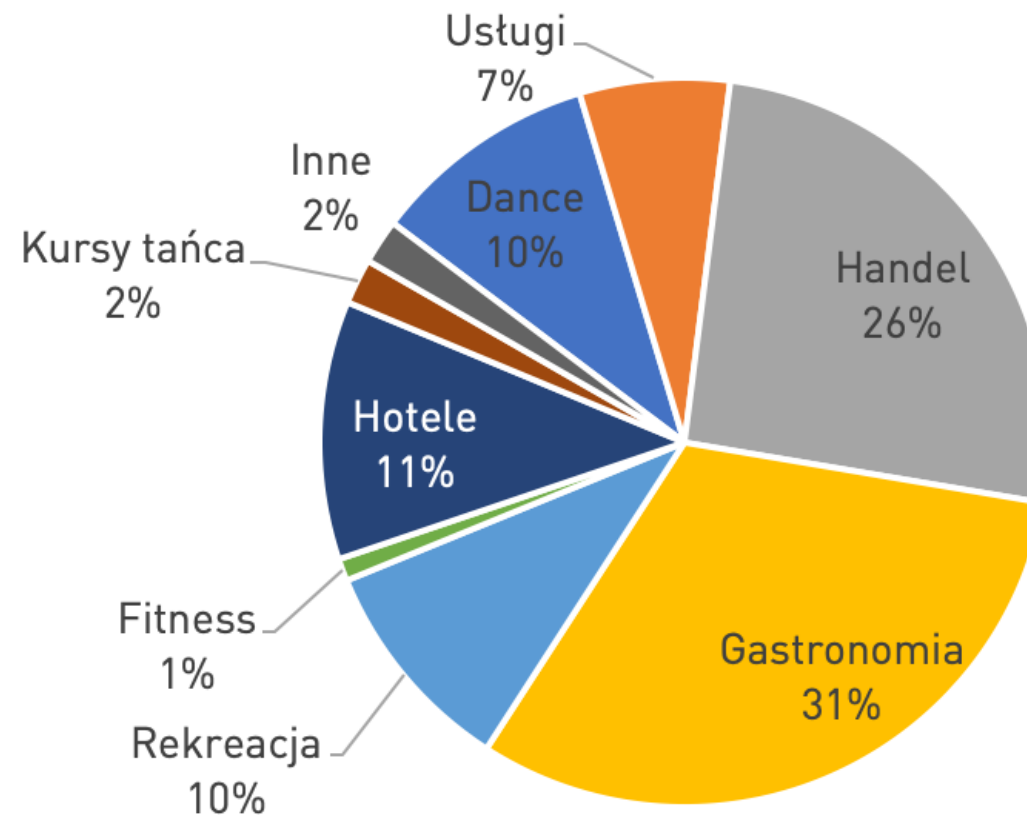


Rynek - odtwarzanie

Udziały wg liczby lokali



Udziały wg wpływów



Podstawy formalne

- Art 94 ust. 5 Ustawy o pa i pp: „W przypadku nadawania, reemitowania lub odtwarzania wprowadzonego do obrotu fonogramu lub wideogramu, **producentowi przysługuje prawo do stosownego wynagrodzenia**”
- Dotychczas: Regulaminy repartycji i techniczne szczegóły ich stosowania, uchwalane przez Zarząd
- W nowej ustawie: Regulaminy uchwała Walne Zgromadzenie członków Stowarzyszenia
- Art. 39: Regulamin ma zapewniać „regularność, staranność, prawidłowość oraz przejrzystość procesu podziału i wypłaty”
- Uchwałę Walnego ustanawiającą Regulamin repartycji niezgodny z prawem można zaskarżyć do Ministra, który może zaskarżyć ją do Sądu (nie można samodzielnie)

- Cel: pieniądze od użytkownika dostaje ten, czyj repertuar użytkownik wykorzystywał
- Podział ma być dokonywany szybko (<6 miesięcy od zamknięcia roku, cel – 6 miesięcy od zainkasowania środków)
- Zgodność w IFPI Code of Conduct
- Koszt dokonania podziału nie może stanowić znacznego obciążenia inkasa
- Jeśli dokonywane są szacowania, w przypadku wątpliwości wybierana jest metoda korzystniejsza dla mniejszych firm
- Reguły obsługi są identyczne dla wszystkich z jednym wyjątkiem – majors muszą wskazywać swoje nagrania zamiast dostarczać pełną bazę swoich nagrań

Posiadane dane



- Airplay
 - Dane dostarczone przez nadawców
 - Dane z monitoringu airplay (MicroBe)
- Dane o odtworzeniach u klientów IMS SA
- Statystyka dot. źródeł odtwarzanej muzyki u klientów ZPAV (fryzjerzy, sklepy, gastronomia itp.)
- Dane o przychodach ze sprzedaży fizycznej i digital (Market Share)

Posiadane dane - Airplay

- Dane od nadawców
 - Formalna odpowiedzialność nadawcy za poprawność danych
 - Bałagan w danych, często wpisywanych ręcznie, często dane niekompletne – kosztowna obróbka
 - Duże opóźnienie (dane dostępne po zakończeniu roku, często z kilkumiesięcznym opóźnieniem)
 - Brak danych od małych nadawców

Posiadane dane - Airplay

- Dane z monitoringu MicroBe
 - Rozpoznanie 95-100% repertuaru, problemy z klasyką i kolędami
 - Dane dotyczą 74 największych nadawców radiowych i 14 TV
 - Dane w standaryzowanym formacie, tanie w obróbce
 - Możliwość rozszerzenia monitoringu (dodatkowy koszt)

Dane Airplay (zarówno od nadawców, jak i z monitoringu) **nie pozwalają ustalić jednoznacznie, kto ma prawo do wynagrodzenia ze ZPAV**

Posiadane dane - odtworzenia



- Centra handlowe i sklepy – klienci IMS – pełna playlista
- Statystyka dotycząca źródeł odtwarzanej muzyki u pozostałych klientów HoReCa i usług (ok. 1500 ankietowanych lokali)
 - odtwarzanie z radia/TV (jakiego)
 - odtwarzanie z internetu (youtube, Spotify)
 - inne źródła
- Brak jakichkolwiek danych z rynku fitness, klubowego i dyskotek

Dane – „czarne dziury”

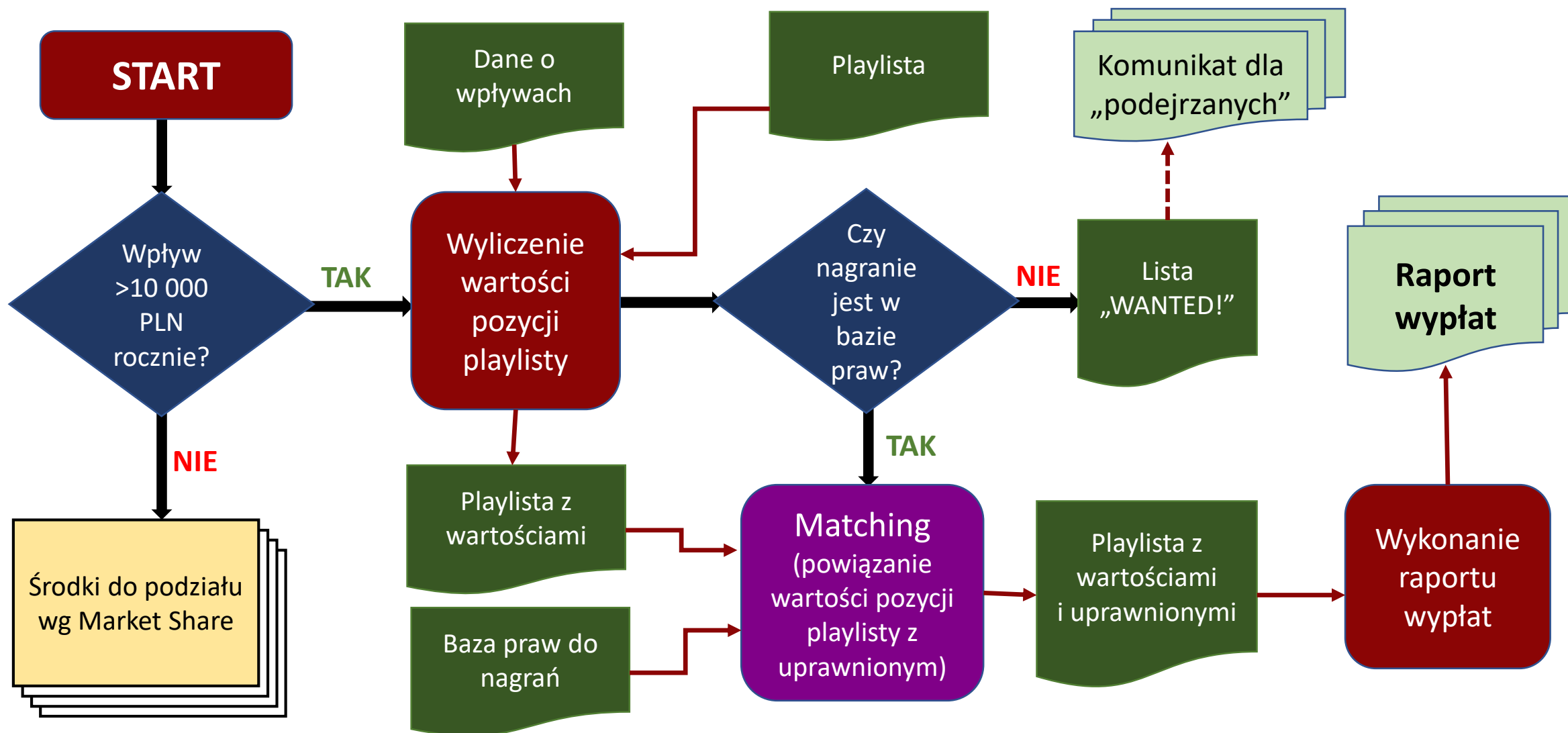
- Odtworzenia – kluby, fitness, pokoje hotelowe
- Czyste nośniki
- Reemisja
- Licencje DJ, wideofilmowanie, zwielokrotnienie poza IMS.

Dane o repertuarze

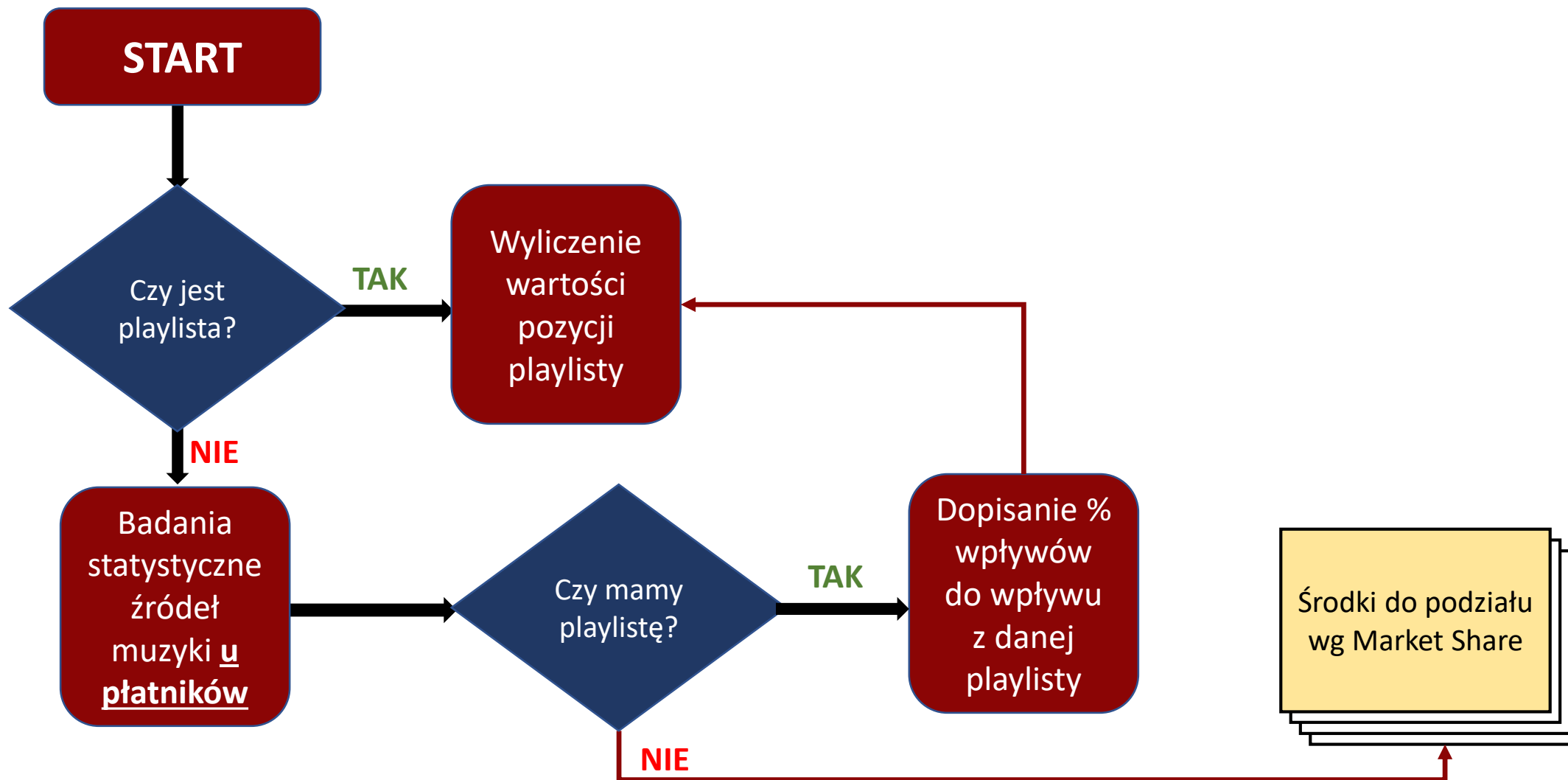


- Dane od użytkowników nie są wiarygodnie w zakresie praw do inkasa wynagrodzenia ze ZPAV (często nie należą one do wydawcy)
- ZPAV musi mieć własną bazę referencyjną nt. praw do nagrań
- Dane obejmują dane nagrania, informacje o udziale producenta **w prawach do wynagrodzenia** i o czasie, w jakim te prawa są posiadane
- Aktualizacja tych danych to ponad połowa obciążeń Działu Repartycji ZPAV
- Niska jakość danych i błędy/konflikty uniemożliwiają całkowitą automatyzację procesu podziału

Algorytm podziału - nadania



Algorytm podziału - odtworzenia

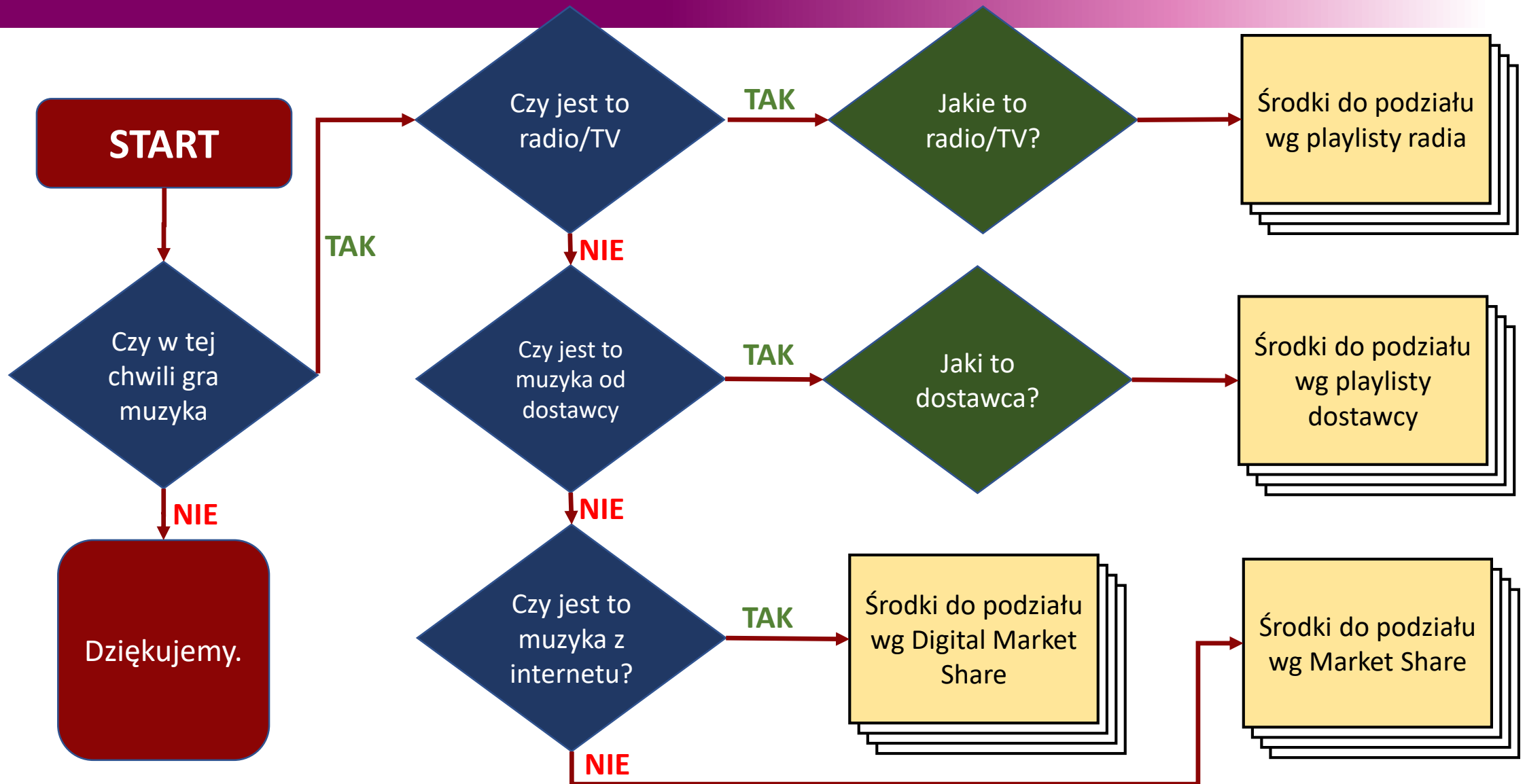


Ustalanie udziału źródeł muzyki



- Badanie metodą wywiadu telefonicznego
- Algorytm pozyskany z SENA (Holandia)
- Kontakt z >1500 **płatnikami** ZPAV
- Pytania dotyczą muzyki odtwarzanej w chwili badania
- Możliwe są cztery opcje: radio/TV, dostawca muzyki, internet, inne źródło
- Odpowiedzi są wazone wpływami od płatnika

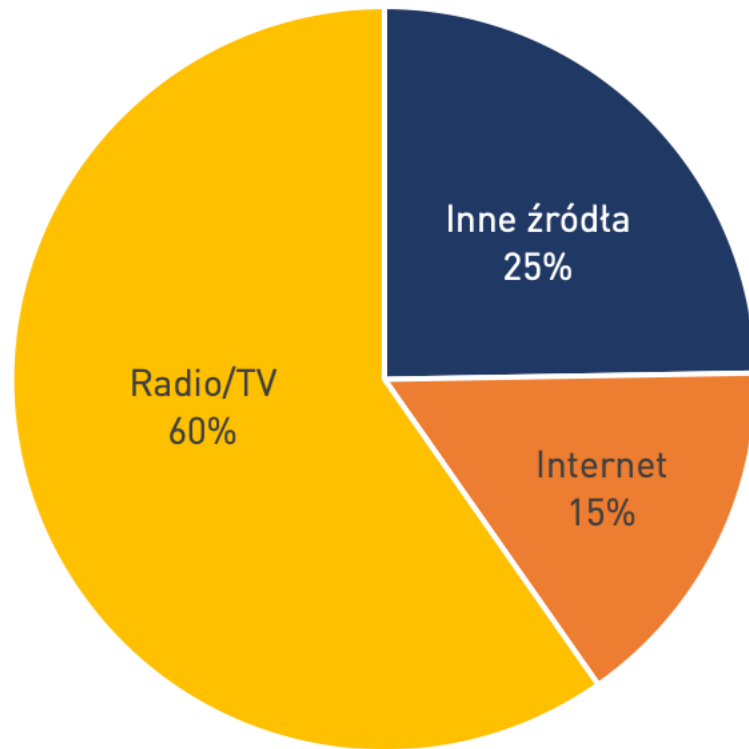
Ustalanie udziału źródeł muzyki



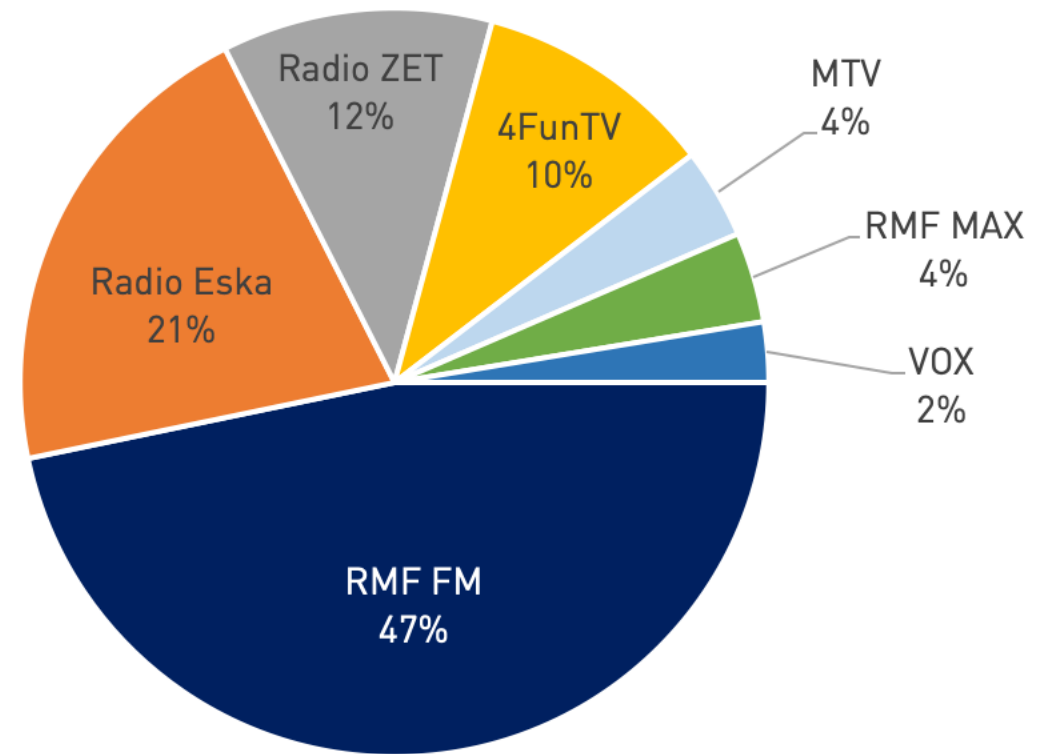
Źródła odtwarzanej muzyki



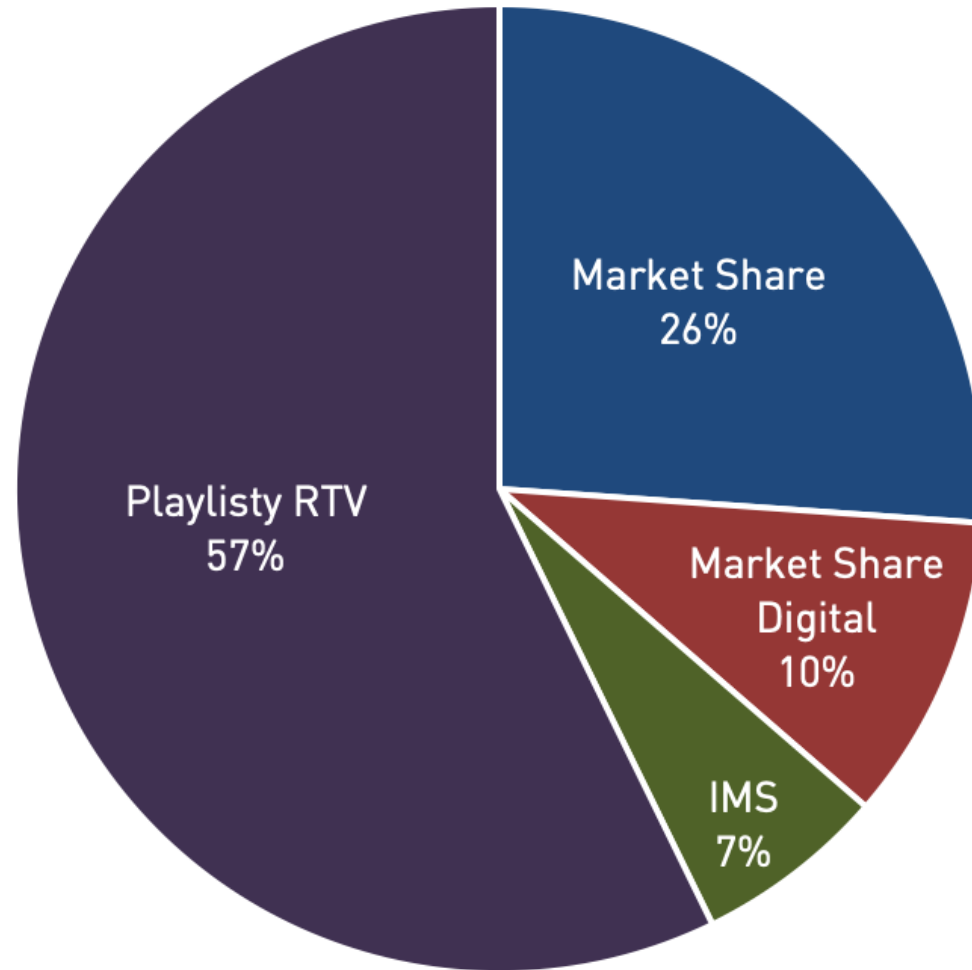
Źródła odtwarzanej muzyki,
2017



Odtwarzanie z radia/TV,
2017



Udział kluczy podziału całości wypłat



Dane wyjściowe



- Technicznie możliwe jest wygenerowanie dowolnie szczegółowego raportu rozliczeń w przypadku podziału wg playlisty (aż do poziomu ile PLN za jakie nagranie)
- Technicznie możliwe jest dowolne agregowanie danych
- Odpowiednia rejestracja praw ułatwia dystrybutorom rozliczenie się z licencjodawcami
- Standardowe raporty oparte są o najczęściej powtarzające się zapytania

Czynniki wpływające na wysokość wypłat



- Bieżąca aktualizacja bazy nagrań i przeglądanie listy WANTED!
- Wykorzystanie repertuaru u użytkowników wpłacających najwięcej pieniędzy
- Wykorzystanie repertuaru przez nadawców najczęściej odtwarzanych (RMF, Eska, ZET, 4FunTV)
- Wysokość sprzedaży fizycznej i cyfrowej
- Repertuar nieeksploatowany w radiach ani przez użytkowników dokonujących odtwarzania nie przyniesie większych pieniędzy, o ile nie przynosi dużych przychodów ze sprzedaży fizycznej lub cyfrowej
- **Kontakt: Monika Jadczuk, m.jadczuk@zpav.pl, 22 625 66 99 wew. 37**

Dlaczego warto samodzielnie?



- Pośrednik (dystrybutor) nie zawsze ma dane o prawach do wynagrodzeń, co rodzi konflikty
- Pośrednik sam z siebie nie ma danych o prawach – trzeba mu je dać. Tyle samo pracy wymaga przekazanie tych danych ZPAV, a oszczędza się na prowizji
- Pośrednik zwykle nie dopilnuje listy Wanted!
- Udział w rozliczeniu wg Market Share wymaga przekazania pośrednikowi **danych o całej sprzedaży** (a nie tylko tej dokonywanej za jego pośrednictwem)
- Pośrednictwo wydłuża czas oczekiwania na pieniądze

Obszary potencjalnych udoskonaleń



- Airplay vs playlisty od nadawców – możliwość zasadniczego przyspieszenia, pytanie co z brakującymi 2%
- Uwzględnienie słuchalności (tzw. impact)
- Monitoring klubów – największe źródło pieniędzy, o którym nie mamy żadnych danych
- Współpraca z innymi OZZ – o ile będą zainteresowane – redukcja kosztów
- Portal IFPI – miejsce wymiany danych repertuaru z innymi OZZ
- Powierzenie badań statystycznych wyspecjalizowanej firmie (od 2019 już tak będzie)
-

DYSKUSJA 😊

