

Les discogràfiques inicien una campanya per incentivar el consum de música

#confinatambmúsiques vol alertar de la caiguda d'ingressos pel consum de música enregistrada | La campanya compta amb el suport de diferents músics, que faran llistes de reproducció personalitzades

Tot i que sembli el contrari, el confinament ha fet caure en picat el consum de música enregistrada. Segons dades d'APECAT, l'Associació de Productors i Editors Fonogràfics de Catalunya, les subscripcions *premium* a plataformes com Spotify van caure la primera setmana de confinament fins a un 26%, i les gratuïtes, un 11%. D'altra banda, la davallada publicitària ha afectat a serveis com el de YouTube, que disminueix el seu retorn a músics i discogràfiques. Molt més preocupant que la caiguda del consum per mitjans convencionals és, és clar, la caiguda dels ingressos.

La campanya, segons la gerent d'APECAT Eva Faustino, "va adreçada als consumidors de música, però també als músics, que sovint no són conscients del valor de la seva obra enregistrada". Segons Faustino, "la gratuïtat en la producció de continguts en confinament acabarà tenint impacte en el sector", ja que es distribueixen en plataformes que no devenguen drets, o són continguts que no estan essent monetitzats per cap discogràfica.

El diagnòstic és compartit per PAF (Productors Associats de Fonogrames), l'altra associació de discogràfiques. La PAF s'adhereix a la campanya, ja que en comparteix els objectius. El seu president, Àlex Eslava, afirma que "bona part de la caiguda de consum musical es deu al fet que la gent ja no viatja en transport públic, ni agafa el cotxe ni va al gimnàs, llocs on s'escolta música de manera regular".

Per fer front a la situació, l'APECAT ha iniciat la campanya #confinatambmúsiques, que demana la implicació de la gent a través de tres mesures: comprar discos, comprar entrades de concerts i no retornar les que s'hagin comprat prèviament per a esdeveniments que s'han posposat.

Els efectes econòmics derivats del tancament d'establiments comercials i la cancel·lació de l'activitat preveu una davallada del 25% dels drets de propietat intel·lectual aquest trimestre. El sector discogràfic, tal com ha transmès APECAT, estima una davallada d'ingressos de 10 milions d'euros.

Com a impacte d'aquesta situació, s'estima una pèrdua global d'ingressos de 10 milions d'euros per les productores de música enregistrada a Catalunya, sense que es pugui quantificar la pèrdua que representa per a autors i intèrprets.

La campanya comptarà amb la complicitat de diversos músics, que confeccionaran diferents llistes de reproducció personalitzades a Spotify. A més, s'insta a mitjans de comunicació a utilitzar la música enregistrada en comptes de programar actuacions en directe que, "tot i reflectir el moment, no fa justícia a la gran qualitat musical que viu actualment la música catalana", ni pot substituir qualitativament la música enregistrada.

Un objectiu final és també conscienciar les administracions públiques. Segons Faustino, "és molt important que comparteixin un estat d'opinió sobre la música enregistrada, i que tinguin present que el sector ja està rebent els efectes de la crisi, i els seguirà acumulant de manera

esglaonada durant els propers mesos".



CONFINA'T AMB MÚSIQUES
CONSUMEIX MÚSICA

**FES UN ACTE
REVOLUCIONARI:**
COMPRA DISCOS
COMPRA ENTRADES
DE CONCERTS
NO TORNIS LES ENTRADES
DELS CONCERTS
QUE ES POSPOSEN

#confinatambmúsiques