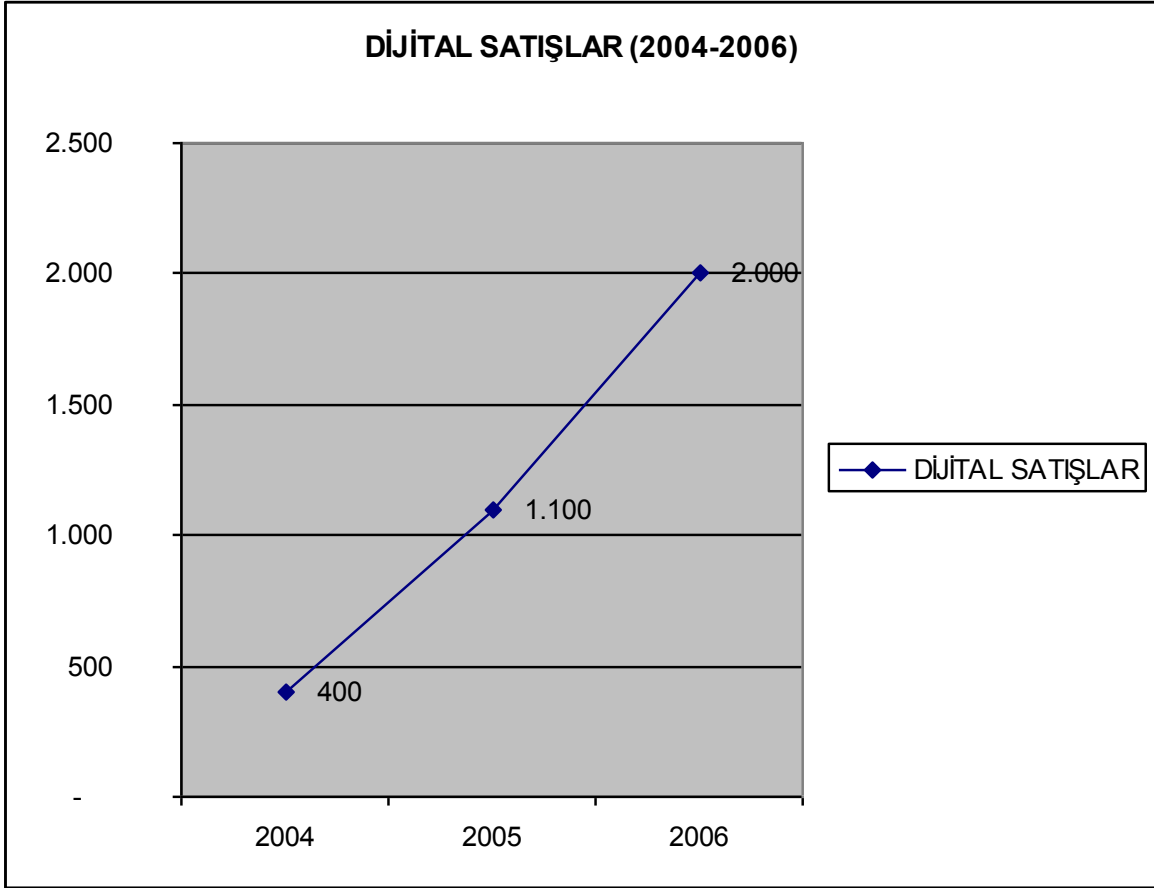


2006'DA DİJİTAL ALANA YÖNELİK ÖNEMLİ GELİŞMELER

- **Plak şirketlerinin dijital müzik satışları 2006 yılında ikiye katladı:** 2006 yılında dijital satışlardan elde edilen ticari değer 2 milyar \$ civarında olmuştur. Bu değer internet ve cep telefonlarına eşit dağılmış olmakla birlikte farklı bölgelerde farklılıklar göstermektedir. Dijital satışların endüstrideki yeri 2005 yılında % 5.5'lerden %10'lara çıkmıştır.
- **Single track downloadlar ve gerçek sesler başlıca dijital müzik formatları olarak yerini korumakta:** Single track downloadlar ve gerçek sesler dijital alanda yerini korumakla birlikte, cep telefonlarına download, dijital albüm, müzik video ve RBT gibi diğer formatlar da sağlıklı bir şekilde büyümektedir. Single parça indirimleri 2006 yılında 795 milyon adet olmuştur. Bu miktar, 2005'e göre %89 daha fazladır.
- **İnternette geçerli olan kayıt sayısı geçen 2005 yılında 4 milyon adet üzerindeyken bu sene ikiye katladı:** Müzik marketlerle bir karşılaştırma yapılacak olursa en büyük mağazalarda yaklaşık 150.000 CD satıştır.
- **Dünyada 40'ın üzerinde ülkede yaklaşık 500 adet internet müzik servisi mevcut:** Bunlar önemli ölçüde, tüketiciye geniş seçenekler sunmaktadır.
- **Taşınabilir müzik çalarlar dijital müziğin tüketiminde yardımcı oluyorlar:** 2006 yılında taşınabilir müzik çalarların satışı geçen yıllara oranla %43 oranında artmış olup, toplamda 120 milyon adet civarında taşınabilir müzik çalar satılmıştır.
- **Yeni gelir kaynağı ve iş modelleri ortaya çıkmakta:** Yahoo üzerinden video lisansları gibi reklam destekli müziklerin popülerliği var iken sosyal ağ siteleri patlama gösterdi. Müzik ve MSN, plak şirketleri için yeni bir gelir akışı potansiyeli gibi. Müzik videolar da yeni gelir akışı haline geldi.
- **Reklam fonlu modeller yapım şirketleri için yeni gelir akışı haline geldi:** Reklamcılar bütçelerini geleneksel yayınlardan ve basılı medyadan internete doğru çeşitlendirdiler. Zenith Optimedia'ya göre internet reklamlarının 2009 yılında normal yayın gelirlerini bastıracağı öngörülüyor.
- **Dijital alan klasik müziğe de destek oluyor:** Klasik müzik Amerika'da %23 büyüme oranıyla en hızlı gelişen müzik türü oldu.
- **Davalar bir etkiye sahip:** 2006 yılında, ilk defa Brezilya, Meksika, Polonya ve Portekiz'in de dahil olduğu, 18 ülkede 10.000'den fazla müzik yükleyicisine karşı yasal eylem başlatıldı. Cezalara ilişkin yasal ödeme 2.420 EUR civarında. Jupiter'in son araştırması Avrupa'da yasal olmayan dosya paylaşımının sürdüğünü gösteriyor.

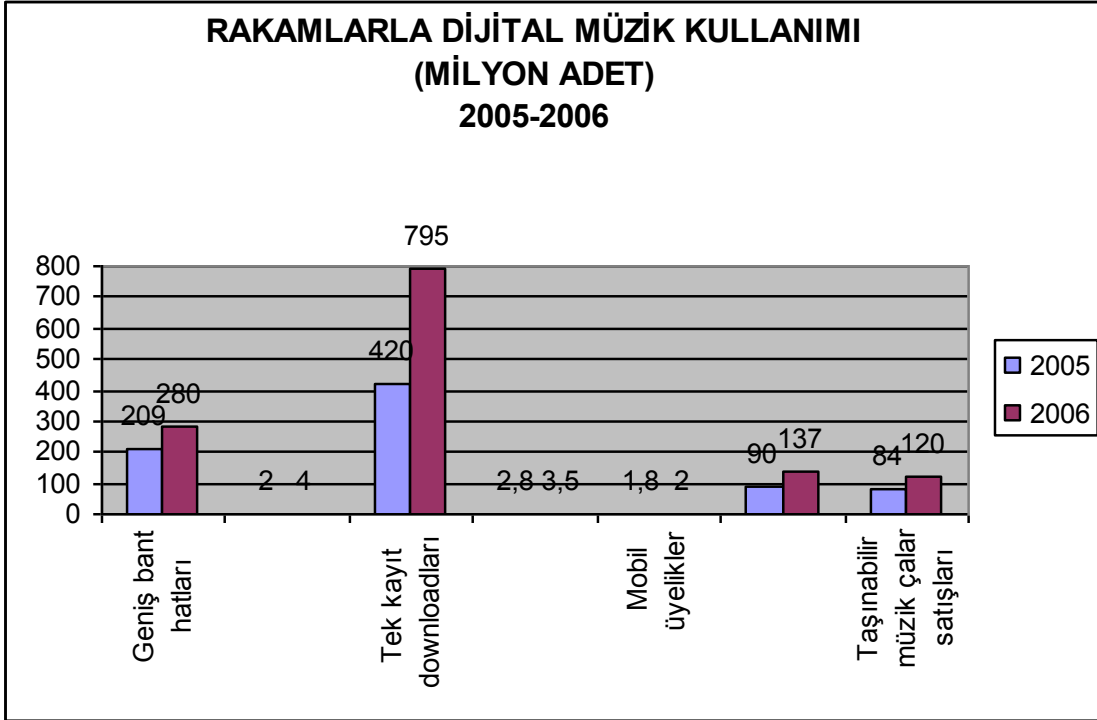
VERİLERLE 2006 DİJİTAL MÜZİK PİYASASI
2004-2006 KARŞILAŞTIRMALI DİJİTAL MÜZİK SATIŞLARI

	2004	2005	2006
DİJİTAL SATIŞLAR	400	1.100	2.000



RAKAMLARLA DİJİTAL MÜZİK KULLANIMI (2005-2006)

	2005	2006	Değişim
Geniş bant hatları	209	280	34%
İnternette şarkı kataloğu	2	4	100%
Tek kayıt downloadları	420	795	89%
Üyelik servisi kullanlar	2,8	3,5	25%
Mobil üyelikler	1,817	2,017	11%
3G mobil üyelikler	90	137	52%
Taşınabilir müzik çalar satışları	84	120	43%

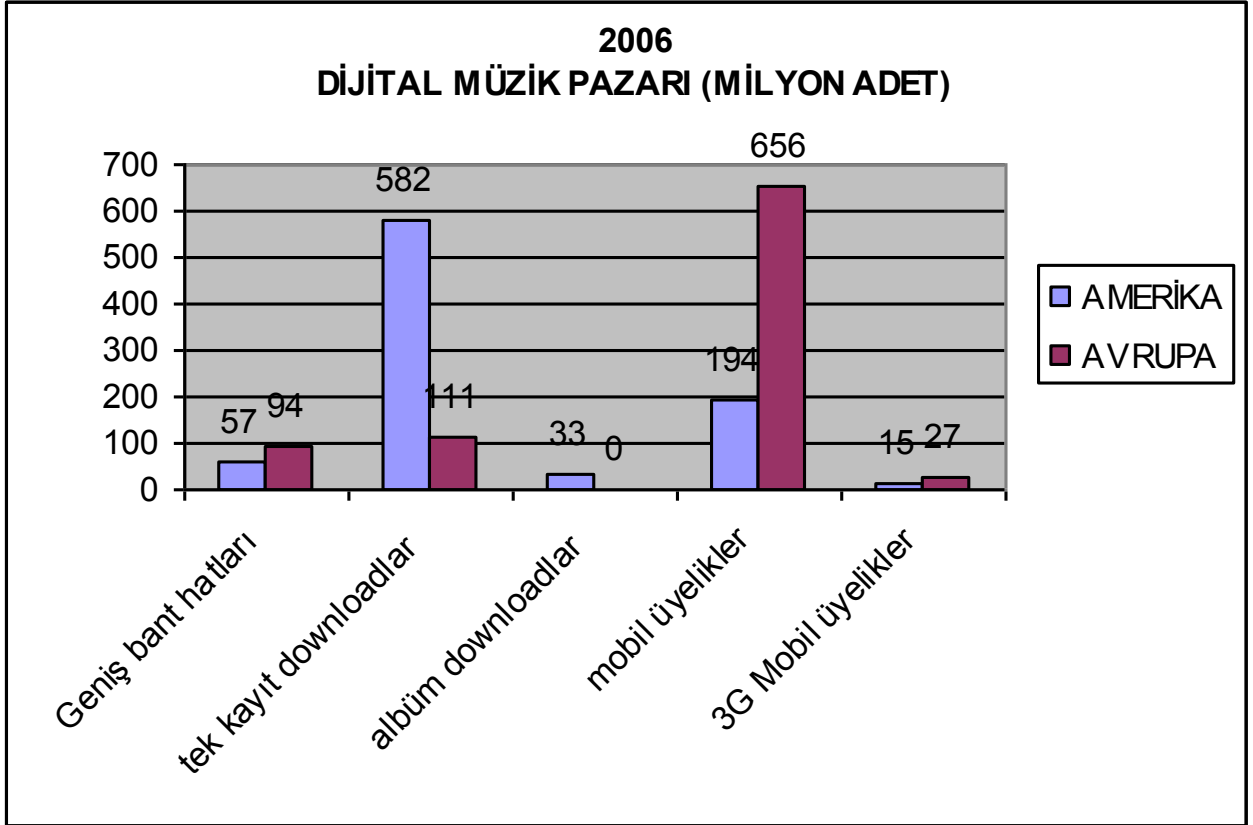


Kaynak: IFPI, PWC, M:Metrics, Understanding&Solutions

KARŞILAŞTIRMALI AMERİKA-AVRUPA DİJİTAL MÜZİK KULLANIMI

	AMERİKA	AVRUPA
Geniş bant hatları	57	94
Tek kayıt downloadlar	582	111
albüm downloadlar	33	-
mobil üyelikler	194	656
3G Mobil üyelikler	15	27

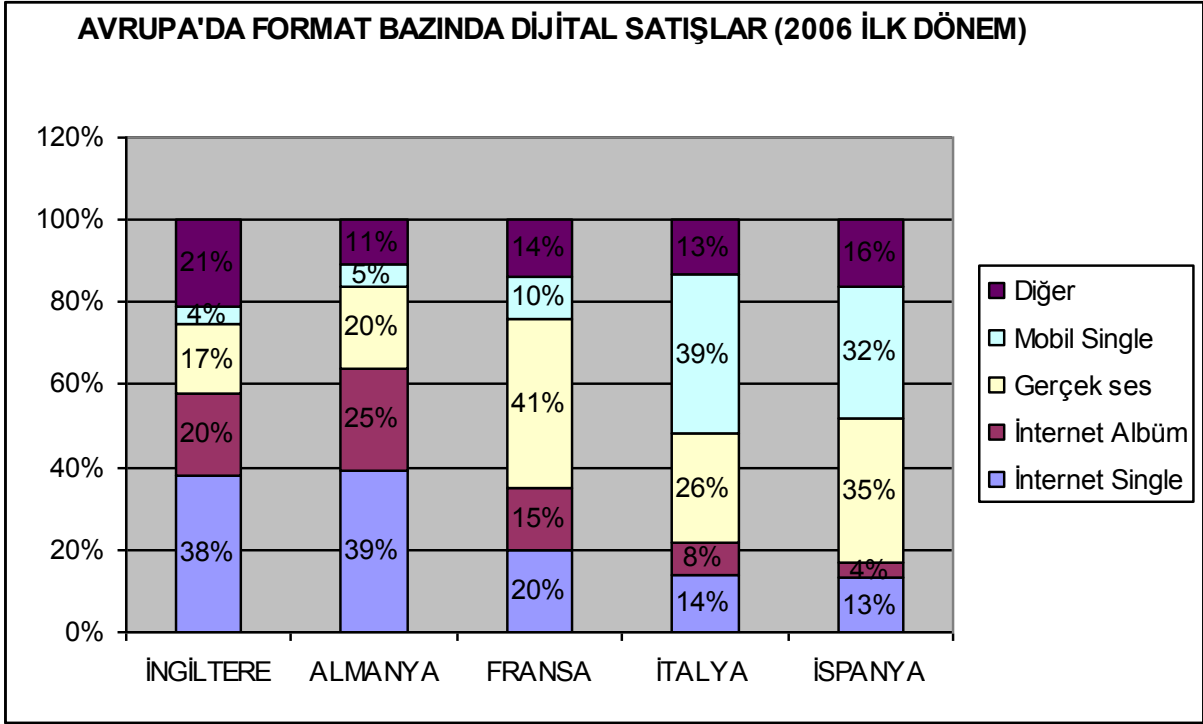
Not: Avrupa albüm downloadlarına ilişkin bilgi verilmemiştir.



Kaynak: IFPI, Nielsen SoundScan, PWC, M:Mettrics

AVRUPA'DA FORMAT BAZINDA DİJİTAL SATIŞLAR

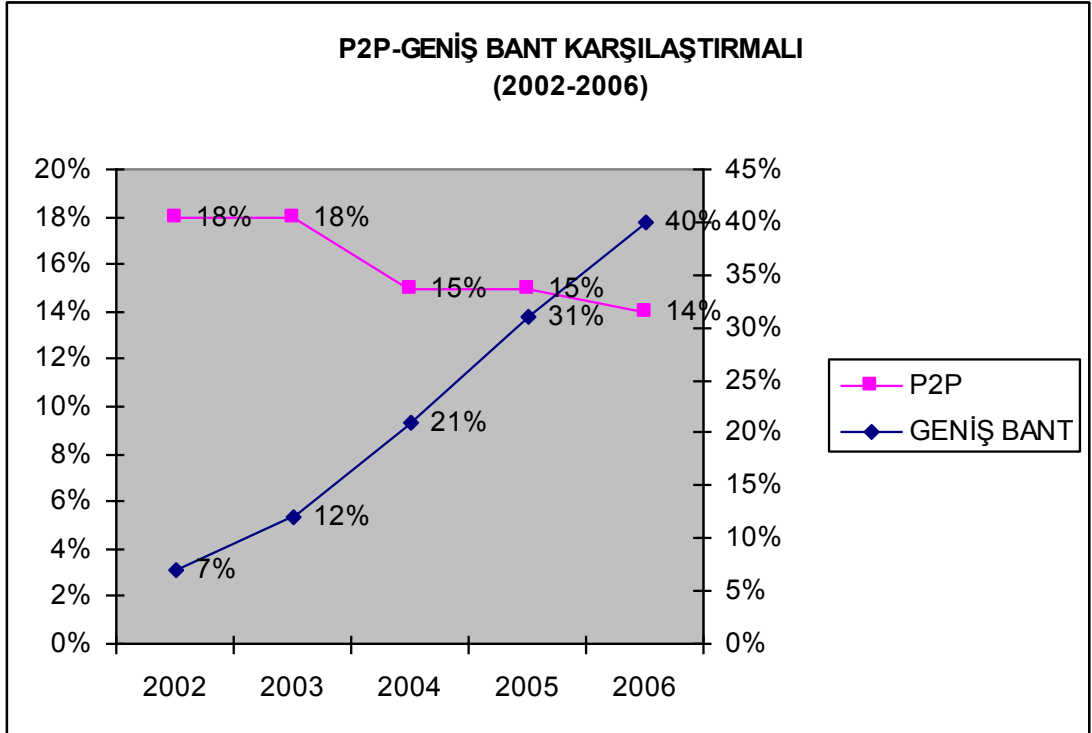
	İNGİLTERE	ALMANYA	FRANSA	İTALYA	İSPANYA
İnternet Single	38%	39%	20%	14%	13%
İnternet Albüm	20%	25%	15%	8%	4%
Gerçek ses	17%	20%	41%	26%	35%
Mobil Single	4%	5%	10%	39%	32%
Diğer	21%	11%	14%	13%	16%



Kaynak: IFPI (2006'nın ilk yarısı)

KARŞILAŞTIRMALI İZİNSİZ P2P KULLANIMLARI -GENİŞ BANT KULLANIMI (2002-2006)

	İZİNSİZ P2P KULLANIMI	GENİŞ BANT SAHİPLİĞİ ORANI
2002	18%	7%
2003	18%	12%
2004	15%	21%
2005	15%	31%
2006	14%	40%

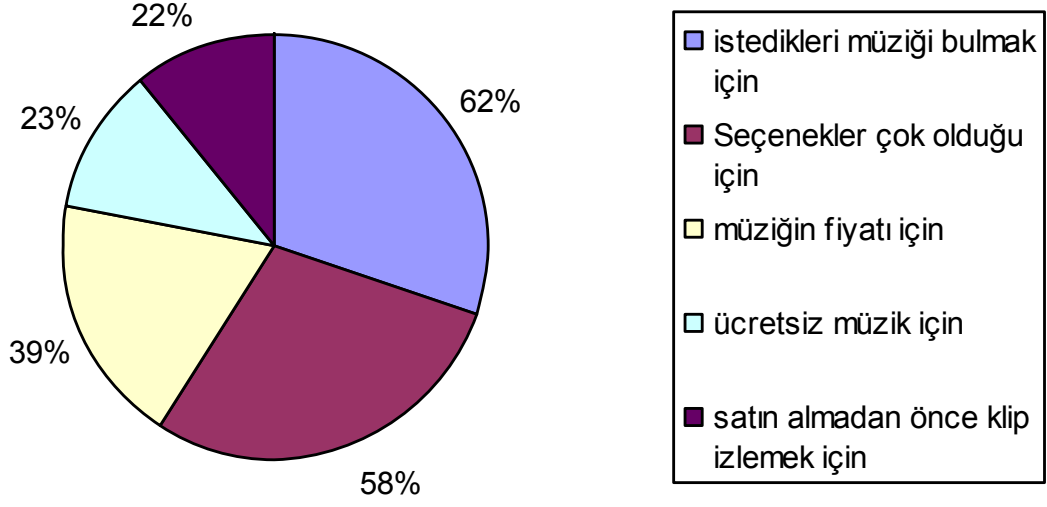


Kaynak: Jupiter Research, Eylül 2006: İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya

TÜKETİCİNİN İNTERNETE YÖNELMESİNİN NEDENLERİ

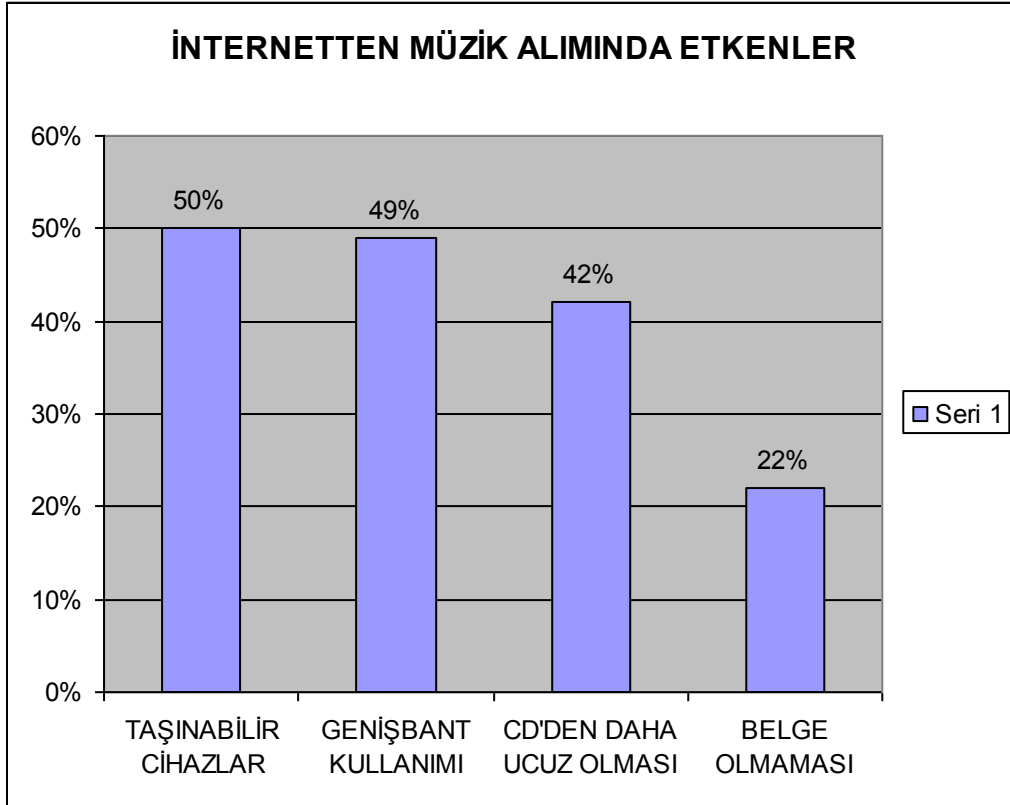
istedikleri müziği bulmak için	62%
Seçenekler çok olduğu için	58%
müziğin fiyatı için	39%
ücretsiz müzik için	23%
satın almadan önce klip izlemek için	22%

TÜKETİCİ NEDEN İNTERNETTEN MÜZİK DİNLİYOR?



İNTERNETTEN MÜZİK ALIMINI TETİKLEYEN ETKENLER

TAŞINABİLİR CİHAZLAR	50%
GENİŞBANT KULLANIMI	49%
CD'DEN DAHA UCUZ OLMASI	42%
BELGE OLMAMASI	22%



Kaynak: IFPI/M-Lab Araştırması, Kasım 2006, İnternette müzik almaya başlatan sebepler nedir?, İnternette müzik alanlar arasında yapılmıştır.