

Digital Music 2.0

Més enllà de la confusió, sorgirà una nova perspectiva de música digital.

Ja la podem començar a modelar?

(Barcelona, 30-31 maig de 2007)

Lloc

Auditori Winterthur (Deu i Mata, 111 / Av. Diagonal, 547. Barcelona)

Organitzat i gestionat per

Servei de Desenvolupament Empresarial (SDE), de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, Generalitat de Catalunya).

Introducció:

Es perd molt de temps debatent sobre temes de pirateria o la gestió dels temes de *royalties* i drets d'autor dins la revolució de la música digital. Però existeix un futur que cal definir ara. Tal i com les noves tendències en la xarxa social i els nous llocs de mitjans enriquits defineixen una *Web 2.0*, la música digital reviu la situació de tensió que va viure's a Internet just abans de l'entrada de l'any 2000. Ara hem d'intentar fer un aterratge suau, amb una transició envers la *Digital Music 2.0* que protegeixi els interessos de totes les parts implicades. Podem aclarir tots aquests temes?

Experiència prèvia:

*L'entorn digital: reptes i oportunitats per al sector musical*¹ (Barcelona, 8 i 9 de novembre de 2006). Conferències organitzades per SDE / ICIC (Servei de Desenvolupament Empresarial). L'objectiu va ser proporcionar a la indústria musical catalana la informació necessària sobre el panorama de la música digital per tal que aprenguessin a treure el màxim profit de les properes conferències, que serien de nivell avançat.

L'entorn digital... va ser un èxit pel que fa a l'assistència. Com a experiència formativa, la conferència va fer possible que la indústria catalana de la música pensés en una nova perspectiva en el terreny de la música digital.

¹ Més informació: <http://www.bcndigital.org/icic>

Objectiu: Establir un marc que pugui sostenir un nou enfocament de la música digital a Catalunya i Espanya.

Previsió d'assistència: 300-350 persones aproximadament.

Adreçat a:

Principalment: professionals catalans, espanyols i europeus procedents del sector musical i sonor.

També adreçat a: professionals catalans, espanyols i europeus procedents d'altres sectors com, per exemple, el sector tecnològic, assessors de màrqueting, etc.

Socis principals:

Festival Primavera Sound (Barcelona, 31 Maig - 2 Juny). Donat que l'Institut Català de les Indústries Culturals / SDE i Primavera Sound col·laboren estretament des de fa temps, aquestes organitzacions uniran les seves forces per tal que les conferències tinguin una visió més àmplia, que farà que *Digital Music 2.0* i les actuacions del festival siguin un dels esdeveniments més importants dins el panorama musical de Barcelona.

Fundació Barcelona Digital. L'SDE i la Fundació Barcelona Digital van col·laborar en les conferències *L'Entorn Digital*. Després d'aquesta primera experiència, ambdues entitats han decidit continuar la seva relació per tal de crear noves sinèrgies entre els sectors tecnològic i musical, tot establint noves estratègies d'innovació i vies de desenvolupament comuns.

Inscripció – preus:

Tarifes:

(El segon assistent (i posteriors) de la mateixa empresa obtindrà un 10% de descompte sobre la tarifa corresponent)

- Tarifa normal (a partir del 30 d'abril) – **195,00 €**

La inscripció inclou:

- Accés a les conferències de *Digital Music 2.0* + accés al punt de trobada de *Digital Music 2.0* i a la sala de reunions (prèvia reserva amb l'SDE)
- Carpeta de l'assistent: programa *Digital Music 2.0*, transcripcions de les conferències de *L'Entorn Digital*, llistat d'assistents, memòria USB exclusiva de *Digital Music 2.0*
- Accés al còctel *Digital Music 2.0* i a la festa Primavera Sound durant la nit del 30 de maig
- Accés gratuït al Primavera Sound Festival 07 per al 31 de maig.

Com inscriure's:

- A través de la pàgina Web de *Digital Music 2.0*: <http://www.catalanarts.com/sde>
- La inscripció online podrà realitzar-se **fins al 27 de maig**

DIGITAL MUSIC 2.0 **PROGRAMA PROVISIONAL**

- 30 de maig -

8:30-9:00 h. – Inscripcions

9:00-9:30 h. – Presentació institucional de les jornades *Digital Music 2.0*

9:30-11:30 h. – El futur de la música digital és ara. La transformació del negoci de les empreses discogràfiques

Els consumidors, els artistes i la tecnologia estan donant forma al futur de la indústria musical, gràcies a l'èxit fenomenal d'Internet i de la música digital. Però cadascun li vol donar una forma diferent, mentre que la indústria sembla anar sempre un pas enrere. Aquesta conferència intentarà trobar un punt comú més enllà dels problemes actuals, centrant-se en les necessitats que tenen tots els implicats que viuen de la música.

Destacats:

- Els experts anuncien el final de la venda tradicional de discos físics.
- Internet confereix poders al paper dels consumidors i dels artistes, ja que permet centrar-se en els gustos musicals dels consumidors i en els gèneres preferits.
- El disc físic ja no genera els ingressos que solia generar. Els ingressos provindran de la publicitat, la fama de la celebritat, els mitjans per distribuir la música, etc.
- Les empreses discogràfiques han d'atènyer tantes plataformes com sigui possible per tal que el seu contingut pugui assolir la gamma més àmplia possible de consumidors: els canals de distribució s'estan multiplicant.
- El poder del format digital amplia les possibilitats musicals.
- Poden coexistir serveis de P2P, descàrregues i subscripcions legals?
- El consumidor serà l'amo de la música?

Moderadors: **Ramón Castán**, director, Creative Associates; **Isaac Monclús**, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Ponents: **Richard Gottehrer**, fundador i president, The Orchard; **Shira Perlmutter**, vice presidenta executiva, Global Legal Policy, IFPI (International Federation of the Phonographic Industry); **Shelley Taylor**, directora general, All Dig Down; **Horst Weidenmüller**, vice president d'Impala i de VUT, membre de la junta de Merlin, i president de !K7 Records.

11:30-12:00 h. – Pausa cafè

12:00-14:00 h. – *Media Convergence* i noves tecnologies. Noves eines per a la indústria musical

Una revisió a fons de la nova tecnologia que s'utilitza per vendre i promocionar la música a Internet: els nous llocs, dispositius i canals de dades.

Convergència dels mitjans: envers una disponibilitat i compatibilitat de servei universal.

Noves indústries satèl·lit: des de les promocions fins la cerca i recomanació, des de l'autoria fins la compressió de dades. Creades pels sectors musicals d'Internet, aquestes indústries satèl·lit s'han d'entendre abans de poder-les utilitzar correctament.

Destacats:

- Una part important del desenvolupament de la indústria musical digital rau en l'alt grau de penetració de la banda ampla, en l'expansió de la tecnologia 3G i en l'expansió de la tecnologia WiFi.
- El futur pròxim del mercat digital rau en un dispositiu mòbil, multifunció i portàtil.
- La indústria de la música tendeix a reaccionar de forma extremadament lenta envers les innovacions tecnològiques: cal evitar aquesta tendència.

Moderador: **Isaac Monclús**, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Ponents: **Conrado Castillo**, director adjunt, Observatori de les Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació; **Jordi Duran**, director general de tecnologies, Platinum Blue Music Intelligence; **Claire Levy**, responsable de desenvolupament de negoci, Last.fm; **Javier Lorente**, gerent de desenvolupament d'aplicacions i portal, direcció general de tecnologia i serveis, Telefónica España.

14:00-16:00 h. – Pausa Dinar

16:00-18:00 h. – Entorn legal: més enllà dels DRM. Gestió dels drets d'autor en el Web 2.0

Debat sobre la necessitat de protecció tecnològica de la música enregistrada per generar ingressos per als propietaris dels drets.

La reducció de la pirateria rau en l'educació i la dissuasió dels usuaris, la col·laboració dels proveïdors d'Internet i dels governs.

Destacats:

- Malgrat els DRM, la pirateria segueix sent abundant i sembla que no es pot eliminar.
- Enfront els DRM, la indústria musical es divideix en dues posicions: uns mantenen que és necessari protegir els drets d'autor, mentre que els altres defensen que els DRM estan obstaculitzant les vendes digitals: la indústria musical hauria de crear nous models de venda que obrin un accés a mercats inexplorats i que millorin la flexibilitat dels formats?

Moderador: **Enric Enrich**, advocat, Enrich Advocats i membre de la IAEL (Internacional Association of Entertainment Lawyers).

Ponents: **Charles Caldas**, president, Merlin; **Agustín González**, advocat, Uría y Menéndez Abogados; **Carlos Lalinde**, director general i cap del departament de drets d'autor, Clipper's Music; **Madeline Milne**, directora general, eMusic Europe; **Shira Perlmutter**, vice presidenta executiva, Global Legal Policy, IFPI.

18:00-18:30 h. – Pausa cafè

18:30-20:00 h. – On encaixa el músic?

Pot realment el músic evitar la major part dels obstacles del sector? Quina diferència marca Internet? El talent pot marcar la diferència?

El model de negoci clàssic predominant és encara l'única forma d'esdevenir un artista d'èxit?

Destacats:

- Internet permet a l'artista ser independent dels segells, ja que és per sí mateix un mitjà de promoció i distribució.

Moderador: Isaac Monclús, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Ponents confirmats: Richard Gottehrer, fundador i president, The Orchard; Alex Murray-Leslie, música, Chicks On Speed; Miqui Puig, músic; Oriol Roca, manager, Fourni.

Pendent confirmació: Paloma Cordón, directora, Sinnamon Records; Borja Prieto, director de continguts, MySpace Espanya.

20:00-0:00 h. – Còctel i festa Primavera Sound

- 31 de maig -

9:00-9:30 h. - Inscripcions

9:30-11:30 h. – Noves formes per obtenir ingressos. Plataformes múltiples i nous formats. La teoria de la *Long Tail*

Entendre el flux de diners a Internet i maximitzar-lo: control de les finances des d'una etiqueta i un artista PoW. Com evitar el temut B2N.

Internet i la nova economia, o com els mercats locals i les seves lleis xoquen amb un servei mundial. Noves fonts d'ingressos: serveis que admeten publicitat. Nous models de venda en Serveis de Música Digital: el model de subscripció enfront del model de descàrrega

Destacats:

- La teoria de la Long Tail il·lustra l'oportunitat que ha creat Internet en relació amb la distribució i les vendes: les indústries locals poden assolir una part del mercat global.

Moderador: Isaac Monclús, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Ponents: Kevin Arnold, president, IODA; Charles Caldas, president, Merlin; Ben Drury, director general, 7digital; Shelley Taylor, presidenta, All Dig Down.

11:30-12:00 h. – Pausa cafè

12:00-14:00 h. – Els mòbils poden salvar la indústria? La creixent importància dels telèfons mòbils a l'hora de comprar, emmagatzemar i escoltar música.

El telèfon mòbil serà només una moda passatgera pel que fa als serveis de música?

El jardins emmurallats de les telecomunicacions funcionen? Els mòbils són només un altre canal de dades? Per què surt tan cara una cançó si es compra a través del mòbil?

La tecnologia mòbil és vulnerable a la pirateria?

El principal motiu de l'èxit dels productes per a mòbils és la personalització per als aficionats a la música?

Moderador: **Ramón Castán**, director, Creative Associates.

Ponents: **Jorge Juan Aguilar**, cap de continguts musicals, Telefónica Móviles España; **Carles Campdelacreu**, president, Acquamedia; **Rudy de Waele**, estratega en serveis de pròxima generació per a webs i mòbils; **Mario Fernández**, IMI Mobile; **Iván Vázquez**, cap de producte de serveis de personalització, Orange España.

14:00-16:00 h. – Pausa Dinar

16:00-18:00 h. – Com interpretar anticipadament les tendències dels consumidors. Màrqueting i promoció en la música digital

Com està canviat la comercialització de la música? Centrar-se en l'impacte comercial digital en els hàbits dels consumidors.

Serveis de Música Digital: Què demanen realment els consumidors a un SMD? Què estan disposats a pagar? Els consumidors entenen les possibilitats d'Internet?

Xarxes socials: els llocs socials i d'establiment de contactes realment estan influenciant la indústria musical? Són la millor forma per acostar la música al públic? Serveis de recomanació i creació de gustos musicals: modelar les preferències dels consumidors.

El nou i important impacte comercial del vídeo: ressorgiment creatiu o ús promocional?

Destacats:

- El futur de la música està en mans del consumidor: el màrqueting digital i la distribució són crucials.

Moderador: Isaac Monclús, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Ponents confirmats: Kevin Arnold, president, IODA; Ben Drury, director general, 7digital; Claire Levy, cap de desenvolupament de negoci, Last.fm; Madeline Milne, directora general, eMusic Europe.

Pendent confirmació: Borja Prieto, director de continguts, MySpace Espanya.

18:00-18:30 h. – Pausa cafè

18:30-20:00 h. – Conclusions i taula rodona

Moderador: Isaac Monclús, director de programació cultural, FNAC Barcelona.

Tots els ponents.

20:00 h. – Cloenda institucional