Исследование музыкального рынка Москвы

Технологии Доверия

аки.

бюро креативных практик

К22

Краткое описание разделов

1. Методология исследования

Вступительная часть исследования определяет границы рынка и поясняет методологические основы изучения музыкальной индустрии в контексте концепции креативных индустрий. В ней определяются базовые сегменты рынка, дается классификация игроков и описание основных бизнес-процессов.

2. Анализ мирового музыкального рынка

В разделе проанализированы основные тенденции мирового музыкального рынка за последнее десятилетия. Определены ключевые мировые игроки и перспективные ниши.

3. Анализ музыкального рынка Москвы

В разделе представлены данные об объеме музыкального рынка Москвы, в том числе по сегментам, доля Москвы в мировом музыкальном рынке, вклад музыкальной индустрии в ВРП города, крупнейшие сегменты с примерами игроков и темпы роста. Также в рамках раздела проанализированы финансовые показатели и технические характеристики более 180 площадок Москвы, на которых проводятся различные музыкальные мероприятия.

4. Лучшие международные практики

В разделе представлены лучшие международные практики и краткие профили городов, сопоставимых с Москвой по макроэкономическим показателям и уровню развития музыкальной индустрии, с информацией об основных проектах и мерах поддержки для музыкальной индустрии.

5. Анализ рисков московского музыкального рынка

В разделе перечислены основные глобальные и локальные риски для представителей индустрии, а также представлен обзор рисков для отдельных сегментов – музыкальных площадок, промоутеров, артистов, лейблов и агрегаторов.

6. Анализ мер поддержки московского музыкального рынка

В разделе представлен анализ мер поддержки, доступных различным игрокам рынка: от лейблов и агрегаторов до исполнителей и музыкальных площадок.

Содержание

Ключевые выводы исследования 06

01 Методология исследования 18

Определение музыкального рынка Москвы

Описание сегментов и бизнес-модели рынка

Источники финансирования музыкального рынка

02 Анализ мирового музыкального рынка 28

Объем и структура мирового музыкального рынка

Ключевые игроки

Перспективные ниши развития

03 Анализ музыкального рынка Москвы 34

Объем и структура музыкального рынка Москвы

Ключевые игроки

Стриминг в России

Анализ гонораров артистов в Москве

Анализ площадок для выступлений в Москве

В рамках исследования ТеДо использованы различные источники информации, в том числе экспертная оценка представителей индустрии. Данное исследование подготовлено для АНО «АКИ», предназначено только для целей информирования и не должно использоваться вместо профессиональных консультаций. ТеДо не несет ответственности перед кем-либо, кроме АНО «АКИ», в связи с использованием данного исследования.

04 **Лучшие международные практики** 58

Сопоставление Москвы с топ-5 городами

Матрица сопоставления по мерам поддержки

Профили топ-5 городов

Лучшие мировые практики мер поддержки

05 **Анализ рисков московского музыкального рынка** 80

Глобальные риски музыкального рынка

Риски по отдельным сегментам рынка

Геополитические риски

06 **Анализ мер поддержки московского музыкального рынка** 87

Грантовая поддержка

Премии

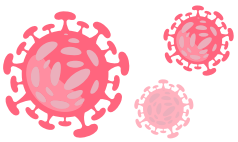
Дополнительные меры

Благодарности и команда проекта 94

Ключевые выводы исследования

Новая реальность

Беспрецедентные события, потрясшие и перевернувшие мировую экономику в последние годы, оказали значительное влияние и на музыкальный рынок. Российский и, как следствие, московский рынок не стали исключением.



- Пандемия COVID-19 повлияла на саму структуру рынка и размер его ключевых сегментов, доходность которых существенно изменилась в 2020-21 гг. Так концертная деятельность значительно сократилась, а музыкальный стриминг наоборот вырос[1].

- В свою очередь санкции западных стран, приостановка работы (а в некоторых случаях и уход) зарубежных игроков в 2022 году поставили вопрос о реалистичности и сроках возвращения российского музыкального рынка к устойчивому состоянию и росту.

Помимо геополитических и глобальных рисков российский музыкальный рынок подвержен влиянию внутренних факторов, часть из которых могут считаться мощными драйверами развития, а часть – своеобразным наследием прошлого, определяющим ландшафт индустрии.

1 По данным PwC. Медиаиндустрия в 2020–2024 гг.

Специфика российского музыкального рынка

Традиционно в музыкальный рынок включают **два глобальных сегмента**, вокруг которых выстраивается основная бизнес-деятельность его участников:

1. Производство музыкального контента и его дистрибуция[1]

2. Концертная деятельность[2]

Бизнес участников музыкального рынка может быть привязан к основному виду деятельности, например:

Музыканты
создание композиций

Лейблы
звукозапись, продюсирование

Промоутеры
организация туров и концертов

При этом многие компании зачастую занимают смежные сегменты рынка: агрегаторы могут продвигать артистов, стриминговые сервисы — вкладываться в продюсирование музыкального контента, билетные операторы — инвестировать в концерты.

С момента появления свободного рынка в 1990-е годы российская музыкальная индустрия во многом **унаследовала советскую структуру**, в которой наиболее развитым сегментом, приносящим прибыль артистам, была концертная деятельность.

Создание музыкального контента, включая звукозапись и продажи носителей, не являлось значимым по объему сегментом рынка. На протяжении 1990-х и вплоть до 2010-х годов доходы музыкантов складывались главным образом из гонораров от проведения концертов, и почти никогда – за производство и распространение контента на носителях. Эксперты отмечают, что еще в 2015 году до 95% доходов артистов приходилось на гонорары от выступлений.

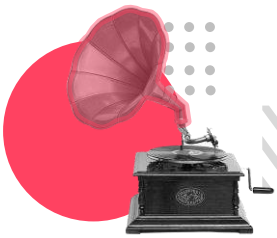
1 В международных исследованиях этот сегмент обозначается как record industry или music publishing, в последнее десятилетие к нему добавился streaming industry.

2 Обозначается как live music соответственно.

Музыкальный рынок: от камерных концертов к стримингу

Музыка требует исполнителя

XIX век



Появление граммофона и пластинок

1895 год

Опубликован первый хит-парад в журнале The Billboard

1936 год

Старт эпохи винила и коммерческой музыкальной индустрии

1950-е

Создание CD-диска и выход первого альбома группы ABBA

1982 год

MPEG layer 3 mp3 DIGITAL AUDIO

Появление MP3

1993 год

Анонсирование **iTunes**

2003 год

Яндекс Музыка

Первый российский стриминг

2010 год

МУЗЫКА

ВКонтакте начал монетизацию музыки

2017 год

Объем рынка стриминга в России достиг **246 млн $**[1]

2021 год

1 По данным AnalyticResearchGroup «Интернет-торговля в России: музыка» за 2020 г.

Формирование рынка контента

Появление **контентного направления** можно связать с приходом на российский рынок крупных международных лейблов, которые импортировали опробованные бизнес-модели и практики. К 2013 году в Россию пришла вся «большая тройка» мейджоров[1] : Universal Music Group, Warner Music Group и Sony Music Entertainment. В этом же году принят так называемый «антипиратский закон» (ФЗ-187 от 2 июля 2013 г.[2]), ограничивающий распространение нелегального музыкального контента онлайн.

Другой фактор роста контентного сегмента российского музыкального рынка – это появление **легальной модели стриминга**: в 2016 году Mail.ru Group (владелец социальной сети ВКонтакте) заключила соглашение с крупнейшими лейблами и правообладателями о монетизации контента в социальной сети. Ранее такие соглашения были заключены Яндекс.Музыкой и другими игроками. Уже существовавший с 2013 года на рынке сервис iTunes Store (сейчас Apple Music) начал активно присоединять к сервису российских исполнителей (группы «Ленинград», «Сплин» и др.).

1 «Мейджор» или «лейбл-мейджор» - от англ. Major (главный, основной), устоявшееся название трех крупных музыкальных компаний, которым по разным оценкам принадлежит до 70% мирового музыкального рынка: Warner Music Group, Universal Music Group и Sony Music Entertainment.
2 Федеральный закон от 2 июля 2013 года N° 187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях».

Стриминг и надежда на рост

Начиная с 2017 года, можно говорить не только о формировании легального онлайн рынка музыкального контента в России, но и его **стремительном росте**. Аудитория стриминговой музыки в 2018 году составляла уже 6 млн подписчиков[3], а к концу 2019 года — 8 млн[4]. Эксперты оценивают потенциальное количество подписчиков в России в 20 млн человек (а отдельные представители рынка называют цифру в 30-35 млн слушателей).[4] В 2020 году сегмент музыкального стриминга оценивался в $246 млн.[4]

Последние 5 лет стриминговый сегмент в России **рос вместе с мировым трендом** с темпом 10-30% в год по разным оценкам. Общемировой темп роста стриминга в 2020 году составил 18,5%.[5]

Дополнительным фактором роста стриминга в России стало появление **комбинированных подписок**, когда музыкальный контент объединяется с другим типом контента, например, кино или сериалы (примером таких подписок могут служить Яндекс Плюс и Combo у VK).

3 По оценкам индустриальных экспертов в рамках проведения исследовательских интервью.
4 По оценкам индустриальных экспертов. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4585764
5 По данным IFPI. Global Music Report 2020. URL: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf

Музыкальный рынок России сегодня

Знакомый нам музыкальный ландшафт музыкального рынка сложился в России не так давно – примерно к 2019-2020 году, однако рынок все еще находится в **состоянии становления**. С момента появления механизмов монетизации цифрового контента музыкальный рынок России и Москвы показывает интенсивный рост, который будет сглаживаться по мере удовлетворения спроса аудитории.

Рок, поп, хип-хоп и Маруся

Согласно исследованиям, около 70% россиян слушают музыку регулярно (несколько часов в день) онлайн, на концертах или по радио[1]. Основная аудитория музыки как в стримингах, так и на концертах, **молодые люди** в группе от 18 до 35 лет. В возрасте 35+ лет потребление музыки падает, а вкусы перестраиваются.

Российский слушатель, по оценкам участников рынка (агрегаторов и билетных операторов), предпочитает отечественных исполнителей.

По мнению опрошенных экспертов, 70% потребляемой музыки на рынке - это российские музыканты. Самые популярные музыкальные жанры у россиян – это поп-музыка, рок-музыка и хип-хоп.[1]

Основным **способом потребления** музыкального контента являются по-прежнему концерты, стриминги, которые занимают второе место среди аудитории, но пока не заняли свою нишу полностью. Третьим по распространенности среди аудитории источником музыки является радио.

Отдельно стоит упомянуть «умные колонки» (Алиса и Маруся), которые также влияют на расширение аудитории, возвращая формат семейного (домашнего) прослушивания музыкального контента.

2/3 россиян никогда не ходят на музыкальные концерты[2]

1/3 россиян посещает музыкальные концерты так же часто, как и кино[2]

51% ежедневно слушает музыку[1]

35% предпочитает эстраду и поп-музыку[1]

87% слушателей пользуются стриминговыми сервисами[4]

42% молодежи от 18 до 24 лет предпочитает **рок**[3] и чаще других возрастных групп посещает музыкальные мероприятия[2]

1 Левада -Центр, 2018: Исследование музыкальных предпочтений
2 Левада -Центр, 2019: Исследование отдыха и досуга
3 ВЦИОМ, 2020: Исследование музыкальных вкусов россиян
4 PwC: Исследование медиаиндустрии 2019-2023

Умеренный оптимизм

Представители музыкальной индустрии отмечают, что препятствиями для роста цифрового сегмента рынка остаются **ограниченность аудитории** (она не растет) и **несформированная** у слушателей **привычка платить за контент**. Так, ожидания стриминговых платформ, что к 2020 году количество подписчиков сервисов составит 10 млн человек[1], не оправдались. Возникает закономерный вопрос: как привлечь к прослушиванию музыки больше слушателей?

Другой проблемой развития сегмента стриминга можно назвать **возраст аудитории**: основная доля подписчиков – это люди 18-35 лет[2]. Стриминг для них – норма потребления музыки. Однако, начиная с 35 лет люди не заинтересованы в платных подписках. По мнению представителей индустрии, основная борьба у стримингов развернется за старшее поколение.

Одним из драйверов рынка могут считаться **музыкальные фестивали**, которые приобрели большую популярность за последние 3-5 лет и вышли из зоны «серого» рынка. Это музыкальные мегасобытия, объединяющие множество исполнителей и собирающие сотни тысяч зрителей в течение нескольких дней.

Среди наиболее успешных московских фестивалей можно отметить Park Live, Moscow Music Week, Signal и проведение московскими промоутерами в Казани фестиваля AWAZ. Тренд был заложен фестивалями-пионерами: Alfa Future People, «Пикник» Афиши, Outline.

Постепенно формируется фестивальная экономика, которая, по мнению организаторов фестивалей, вполне может быть профицитной. Как правило, фестиваль выходит на окупаемость к 3 году, и его бюджет уже формируется на основании маркетинговых интеграций, спонсорских пакетов.

1 По оценкам индустриальных экспертов
2 Данные Spotify и других стриминговых сервисов
3 Лайнап или лайн-ап – от англ. line up (расстановка) – список музыкантов или артистов, выступающих на концерте или фестивале.

Московский рынок

Как и многие другие отрасли российской экономики, музыкальный рынок **концентрируется в столице**. Эксперты оценивают московский музыкальный рынок минимум в ½ российского, а по некоторым сегментам можно констатировать, что они представлены исключительно на московском рынке.

Речь идет прежде всего, о стриминговых сервисах, агрегаторах и крупных лейблах, которые базируются в Москве.

Сверхконцентрация игроков и **ресурсов** на московском музыкальном рынке имеет позитивные и негативные стороны, и выражается в неожиданных экстерналиях для рынка:

- Музыкантам предлагается **огромное количество возможностей,** сценариев достижения успеха и монетизации творчества.
- **Аудитория** музыкального рынка в Москве **ограничена**, что подталкивает игроков, с одной стороны, к конкуренции за слушателей, а с другой - к **кооперации** и **координации** программы и ценообразования.

Такая ситуация на рынке приводит к тому, что отдельные игроки в борьбе за слушателя ищут особые подходы:

- Клубы и концертные площадки выбирают конкретные ниши и формируют четкий лайнап[3] под «свою» аудиторию
- Стриминговые платформы ориентируются на исследования своего слушателя, мгновенно реагируют на тренды, предлагают единую цену подписки на рынке.
- Лейблы в конкуренции за внимание слушателя чаще эксперименти-руют с исполнителями, вкладывают в большее количество немейнстримовых и неожиданных групп.

1 По оценкам индустриальных экспертов. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4585764
2 Данные Spotify и других стриминговых сервисов. URL: https://incrussia.ru/understand/spotify-alekseev/
3 Лайнап или лайн-ап – от англ. line up (расстановка) – список музыкантов или артистов, выступающих на концерте или фестивале.

Возможен ли экспорт?

Одним из ключевых вопросов для московских игроков является не только динамика роста рынка, но и возможность выхода на внешние рынки, возможность экспорта музыкального продукта.

При высоком спросе на отечественных исполнителей внутри России и в Москве практически **отсутствует интерес** к ним за рубежом. По-прежнему основными внешними рынками для российских исполнителей являются страны СНГ ввиду общих культурных установок и языка, либо страны Ближнего Востока (например, Турция или ОАЭ), где большое количество русских туристов и экспатов.

Существуют единичные прецеденты успешного продвижения российских исполнителей за рубежом, но их нельзя назвать системной практикой. Так, успешную международную карьеру сделал дуэт Ic3peak, диджей Нина Кравиц, и группа Shortparis.

В последние 5 лет были предприняты попытки познакомить зарубежную (в первую очередь европейскую) аудиторию с российской сценой. Были запущены проекты по экспорту музыки RUSH и M.ART, которые, взяв хороший старт, в силу финансовых причин были вынуждены сократить масштабы своей деятельности.

Эксперты отмечают, что основным направлением роста может стать внутренний экспорт московских музыкантов в регионы России. Подобные интервенции возможны, в том числе, при поддержке Правительства Москвы и принимающих регионов.

Текущие события и риски[1]

Постковидный контур мира, экономика санкций, бойкоты русской культуры и разрыв (возможно, временный) ключевых связей России с Европой и США - приносят новую нормальность в сложившиеся ранее рынки и бизнес-процессы.

Эпидемия COVID-19 в 2020-2021 гг. **затормозила рост** музыкального рынка и существенно повлияла на концертный сегмент (по оценкам экспертов, падение составило около 80% от объема рынка), и восстановление началось только в конце I квартала 2022 года.

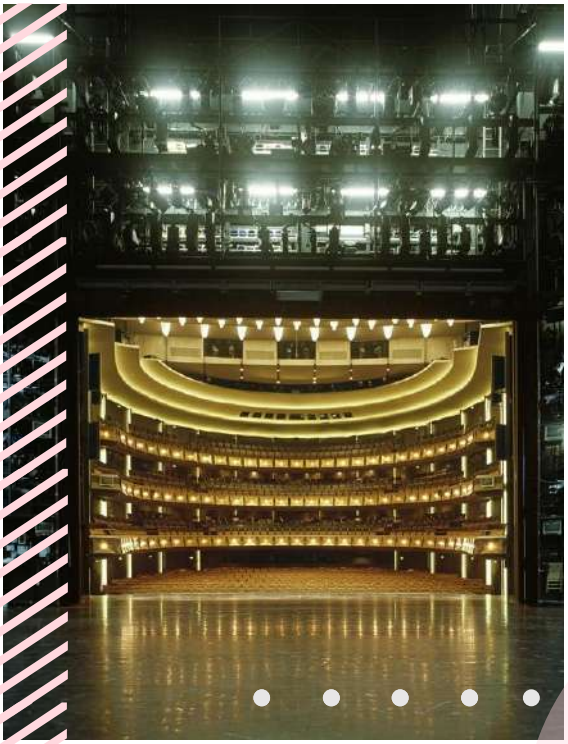
При низкой маржинальности концертной деятельности (2-5%) и при выпадении из-за санкций в 2022 году доходов от выступления зарубежных артистов объем сегмента рынка отброшен на уровень 2017 года.

Российский слушатель лишился концертов мировых звезд, выступления которых в России на текущий момент невозможны (Imagine Dragons, Green Day, Slipknot, Bjork и многие др.), а отдельные промоутеры (например компании Pop Farm и TCI) отменили десятки концертов только за несколько недель марта. Также по политическим мотивам в России не планирует выступать ряд российских исполнителей (рэперы Face, Noize MC, Oxxxymiron, певица Земфира и другие).

В отличие от концертного сегмента, музыкальный стриминг будет **активно расти** (его прогнозы по росту более оптимистичны – 20-25%) при маржинальности около 15%.

Уход с рынка Spotify в апреле 2022 года и потеря части подписчиков Apple Music (из-за приостановки работы в России платежных систем Visa и Mastercard), очевидно, приведет к перераспределению аудитории стримингов.

Ситуация на рынке предоставляет потенциал для появления **новых игроков**. Слушатели, возможно, ощутят на себе эффект санкций: из-за отказа зарубежных лейблов продлевать сотрудничество с российскими компаниями, в каталоги агрегаторов и соответственно стриминговых сервисов не попадут новинки мировой эстрады. В связи с этим игроки допускают возвращение части аудитории к практикам поиска и прослушивания «пиратского» контента.

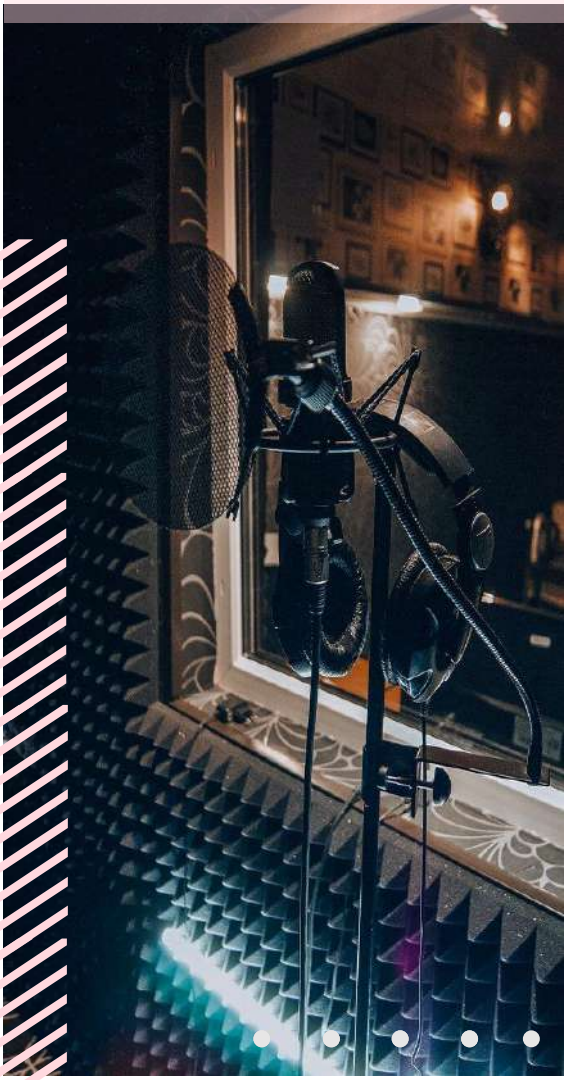


1 Оценка ситуации по состоянию на момент подготовки отчета – апрель 2022 года

Приостановка деятельности крупных лейблов («большая тройка» мейджоров Warner, Sony и Universal) и возможный уход международных агрегаторов Orchard и Believe может переориентировать отечественных исполнителей на сотрудничество с существующими российскими компаниями, либо на **создание собственных российский лейблов –** как крупных, так и небольших независимых. В любом случае, «заморозка» контрактов с зарубежными лейблами негативно повлияет на доходы востребованных исполнителей, как минимум в краткосрочной перспективе.

Вместе с тем, экспертные прогнозы сходятся в том, что текущая экономическая ситуация повлечет за собой риск падения доходов населения и роста инфляции в среднесрочной перспективе, что может отразиться на сокращении расходов на досуг в корзине потребителя в ближайший год-два, и сокращении темпов роста музыкального рынка соответственно.

Очевидно, что при любых сценариях россияне не перестанут слушать музыку онлайн и ходить на концерты.



1. Методология исследования

Что представляет собой музыкальный рынок Москвы?

На сегодняшний день не существует общепринятой методологии определения музыкального рынка. В различных исследованиях, как российских, так и зарубежных, используются разная сегментация и описание объема рынка (см. стр. 29).

В музыкальную индустрию сегодня входят[1]:

- авторы музыкальных произведений и звукозаписывающие студии
- лейблы и продюсерские компании
- промоутеры
- концертные площадки/клубы
- стриминговые платформы и агрегаторы

Также к музыкальному рынку можно отнести все поддерживающие направления:

- создание и продажа музыкальных инструментов
- изготовление, продажа и аренда звукового оборудования
- компании по защите авторских прав
- ИТ-разработчики музыкального ПО

В настоящем исследовании в музыкальный рынок не включены концерты классической музыки, которые отнесены к рынку исполнительских искусств. Вместе с тем учитываются запись и дистрибуция классической музыки.

[1] Неисчерпывающий список направлений

Музыкальный рынок: от создания до дистрибуции

Существующие подходы

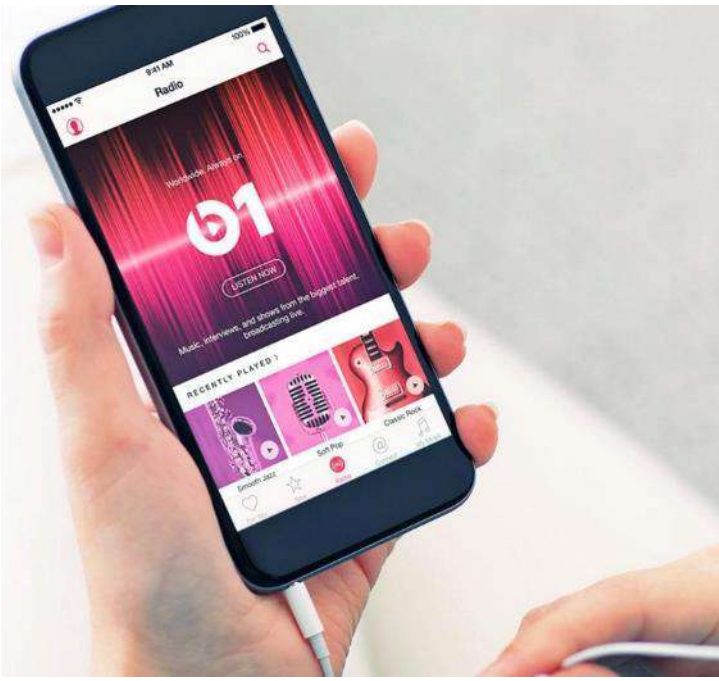
На данный момент существует несколько подходов к определению состава музыкального рынка. В ранее проведенных исследованиях рынка приводятся следующие модели описания сегментов.

1. **«Креативная экономика Москвы в цифрах» от Высшей школы экономики**[1] Исследование основано на отраслевом подходе с оценкой ключевых показателей (количество официально занятых в сегменте, количество учреждений разной направленности, анализ масштабности организаций и их выручка, и соотношение всего с официальными субсидиями). При этом расчеты основаны на списке ОКВЭДов. Такой подход может не обеспечить точности определения.

2. **Британская модель музыкального рынка**[2] рассматривает следующие сегменты: исполнители, звукозапись, живая музыка – концерты, фестивали, билетные агенты, звукозапись и дистрибуция, вспомогательный сегмент (авторские права, менеджеры), продажи (стриминги, магазины, магазины инструментов). Отличительной чертой британской методологии является включение музыкального туризма, но исключение концертов академической музыки из секторов рынка. Количественные расчеты базируются на количестве фестивалей и посетителей, сравнении ценообразования и дохода с билетов.

Предлагаемый подход

В рамках настоящего исследования предлагается объединить оба эти подхода в части их сильных сторон и проводить анализ рынка как с точки зрения существующей номенклатуры экономической деятельности (ОКВЭД), так и с точки зрения экспертного определения сегментов и участников рынка.



[1] Креативная экономика Москвы в цифрах, НИУ ВШЭ
[2] Creative Industries Economic Estimates Methodology, UK Government

Помимо базовых сегментов, определены сопутствующие сегменты музыкального рынка

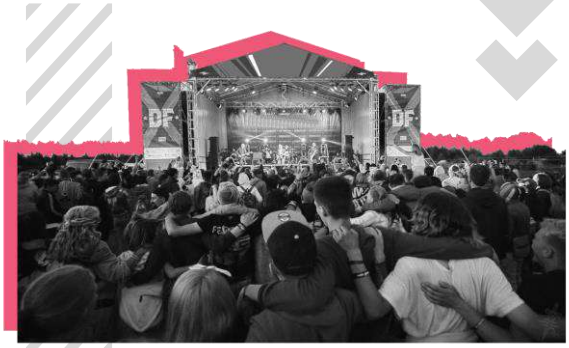
Предлагаемая в рамках исследования сегментация учитывает широкий спектр деятельности игроков рынка – от начала создания музыкального произведения до момента его потребления. Помимо классических сегментов дистрибуции музыки и концертной деятельности также анализируются сопутствующие сегменты, которые охватывают процесс создания музыкальных произведений (например, производство нот и изготовление музыкальных инструментов).

1. Создание и дистрибуция контента

- Композиторская деятельность, сонграйтинг
- Продюсирование музыкальных произведений
- Звукозапись
- Деятельность агрегаторов
- Дистрибуция
  - Продажа носителей
  - Онлайн-дистрибуция
- Администрирование IP и копирайта

2. Концертная деятельность

- Музыкальные площадки
- Концертная деятельность (промоушн)
- Музыкальные фестивали

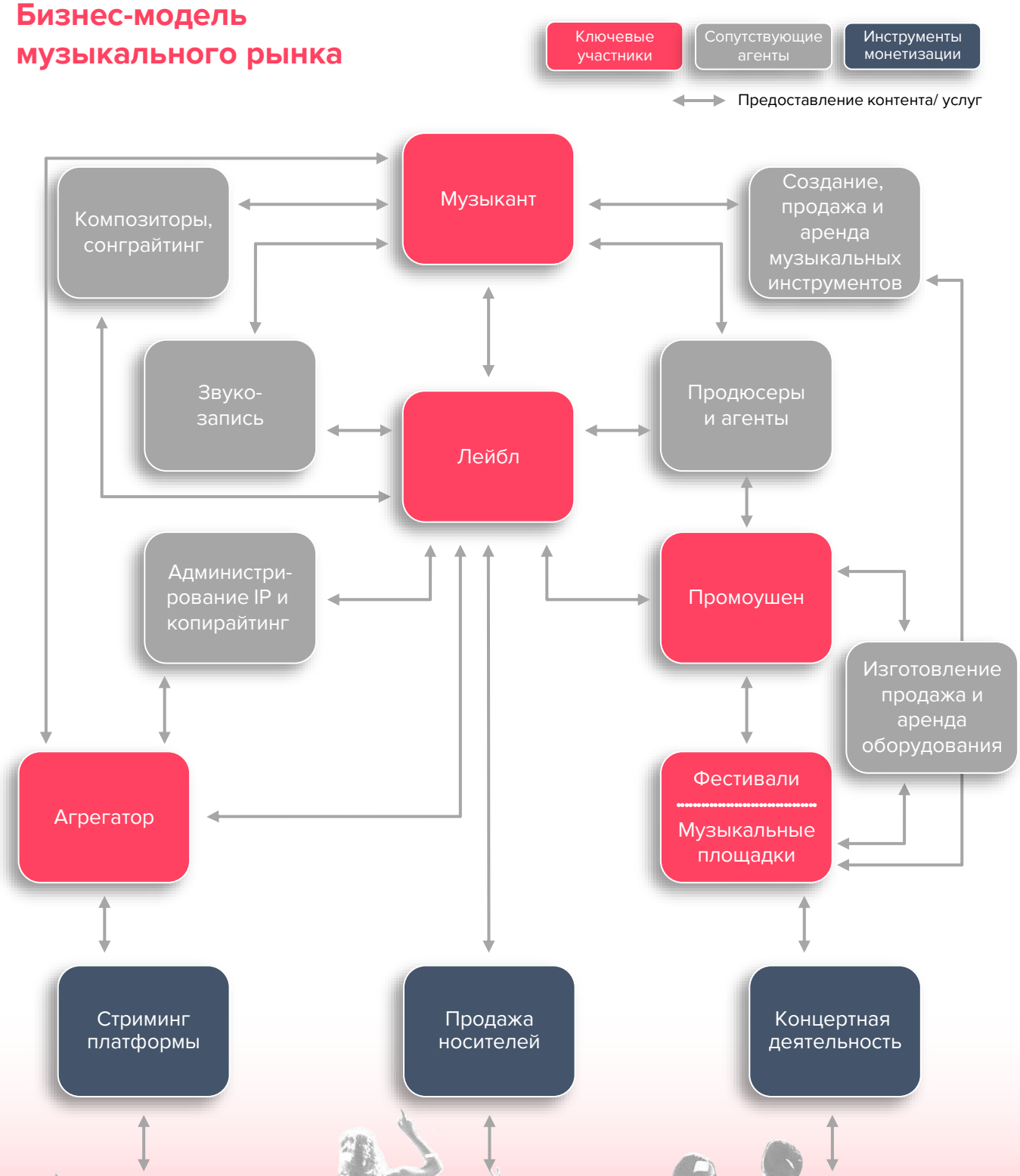


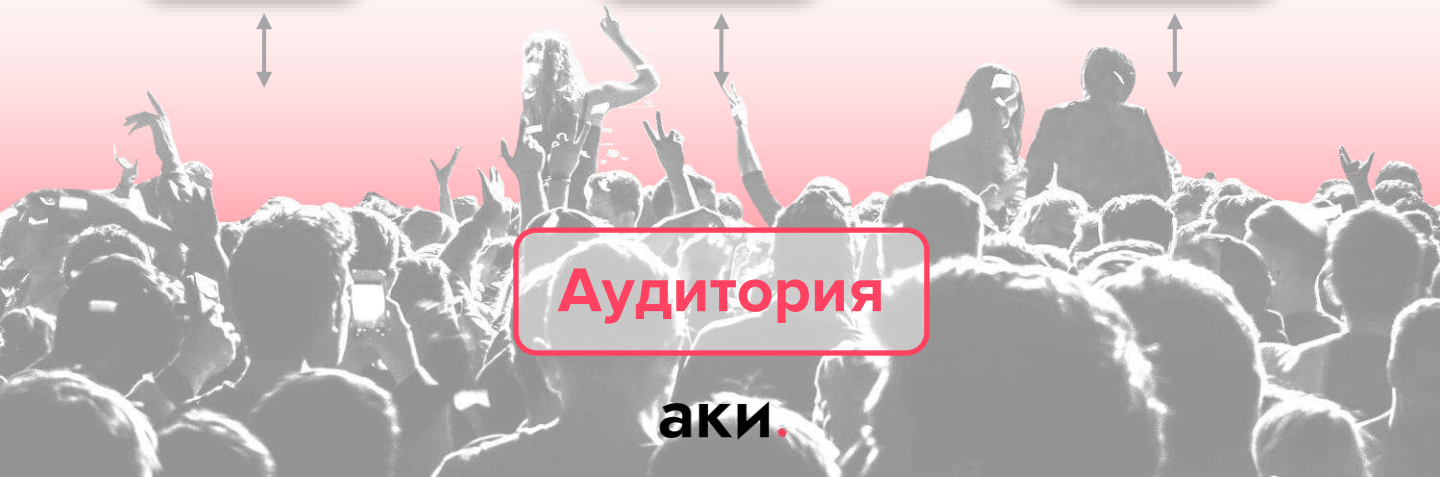
3. Сопутствующие сегменты

- Печать и продажа нот
- Продажа билетов[1]
- Музыкальный менеджмент
- Изготовление, продажа и аренда музыкальных инструментов[2]
- Изготовление, продажа и аренда оборудования (свет, звук, видео)[2]

[1] В части выручки за концертную деятельность
[2] Сегменты пересекаются с рынком исполнительских искусств

Бизнес-модель музыкального рынка





Аудитория

В будущем бизнес-модель будет меняться, адаптируясь под запросы рынка

Многовекторность игроков

В традиционной модели музыкального рынка (до 2010-х гг.) присутствовало однозначное разделение ролей игроков. Ключевую роль играли лейблы, которые выступали основными двигателями рынка и были заинтересованы в максимальной прибыли, получаемой за счет артиста: звукозапись и дистрибуция носителей обеспечивала основной доход, а концерты обеспечивали канал продвижения контента.

С появлением онлайн магазинов и позже стриминговых платформ происходит переход на другую модель монетизации. Современные технологии и способы дистрибуции диктуют новые правила, и ключевыми агентами рынка становятся стриминговые сервисы, агрегаторы, администрирующий контент артиста, и авторские общества, следящие за распределением доходов от использования произведений.

Как результат – отдельные игроки выходят из своих сегментов и берут на себя новые функции. Так лейблы могут заниматься администрированием прав на контент, агрегаторы – продвигать артистов, а сами артисты – создавать лейблы и агентства, занимающиеся их продвижением и организацией концертов.

«Музыкальная индустрия не консолидирована ни по видам заработка, ни внутри конкретного дохода.

Если вам будут говорить от имени всех контентщиков или концертщиков, это будет враньём.»

Дмитрий Коннов
Управляющий партнер Zvonko Group,
экс-руководитель Universal Music Russia

Российский музыкальный рынок находится в постоянном поиске частного финансирования

В России на музыкальном рынке не сложилось эффективных моделей по привлечению частных средств в развитие. Инвесторы в музыкальные бизнесы и проекты встречаются редко, на рынке в основном в артистов инвестируют лейблы, а в концерты и фестивали деньги вкладывают спонсоры. Однако отдельные игроки используют разные способы привлечения финансирования – стратегически и под конкретные задачи.

Музыкальные фестивали

Фестивали имеют сезонный характер, поэтому привлекают финансирование «под проект». Спонсоры, партнеры и инвесторы подбираются исходя из темы и лайнапа фестиваля, зачастую под конкретных музыкантов или тематику. Часто успешные фестивали «продают» бренд якорному спонсору, заинтересованному в лояльной аудитории фестиваля.

Основные источники:

- **Спонсорские пакеты (контракты)** – бизнес или бренд получает возможность контакта с аудиторией, объем брендинга, соответствующий «размеру» пакета;
- **Маркетинговая интеграция** – инвестор становится лицом мероприятия, получая право на кобрендинг или полное замещение айдентики фестиваля.

Музыканты и независимые лейблы

Музыканты часто ищут дополнительные способы финансирования своей деятельности. Помимо гонораров за выступления, отчислений со стриминга, работы с коммерческими заказами и проектами, существуют инструменты вовлечения своей аудитории в создание творческого продукта с последующей монетизацией.

На сегодня есть два типа монетизации лояльной аудитории:

- **Патреон**[1] – платформа, позволяющая музыкантам создавать дополнительный контент для своих подписчиков, которые ежемесячно оплачивают подписку (делают т.н. донаты). Сервис создан музыкантом для творческих специальностей. В основном популярен среди инди-групп и независимых музыкантов;

- **Краудфандинг** – открытый сбор средств на музыкальный релиз или диск. Этот способ используют как начинающие, так и известные музыканты: в 2021 году Константин Кинчев собрал на платформе planeta.ru 23 млн руб. на новый альбом «Белый шум»,

Организаторы стараются привлекать различные источники финансирования. Например, на Moscow Music Week в 2021 году партнерами являлись музыкальные бизнесы: The Orchard, RDS records, Музыка ВКонтакте, бренды: Волковская пивоварня, EON, и некоммерческие фонды – Венгерский культурный центр в Москве.

1 Платформа Патреон

К отдельным музыкальным проектам и исполнителям инвесторы приходят сами

Некоторые музыкальные события, артисты и жанры привлекают инвесторов и спонсоров. Это не только фестивали или концерты мегазвезд, но также проекты, которые имеют сложившуюся аудиторию, узнаваемый бренд, либо хороший коммерческий потенциал.

Стриминги и музыканты

Рост сегмента стримингов подтолкнул его участников к более активной конкуренции за аудиторию и артистов. Среди сервисов распространяется практика вкладываться в производство музыкального и видео контента артистов – как в случае известных имен, так и случае совсем молодых групп.

Примером инвестирования в контент может считаться проект «Яндекса» **«Музыка снимает».** За несколько лет были сняты клипы для небольших и молодых групп, уже имеющих свою аудиторию и поддержку. Среди них: Rompasso, «Комсомольск», Eighteen.

В свою очередь «СберЗвук» поддерживает уже известных исполнителей, гарантирующих высокие охваты. «Мумий Тролль» и Filatov & Karas выпустили клип на песню «Amore More, Goodbye» при поддержке «СберЗвука». Клип получил более 17 млн просмотров на Youtube[1].

Билетные операторы и немузыкальные бренды

Билетные операторы стали охотнее вкладывать средства в организацию концертов мюзиклов. Операторы хорошо понимают, придет аудитория или нет, и обладают точной оценкой коммерческого потенциала артистов. Такие вложения менее рискованы и более прогнозируемы по эффекту. Однако пока нет единой системы инвестирования в массовые мероприятия, как это например, существует в США в случае Бродвея.

Например, ключевыми проектами «МТС Энтертейнмент» стали инвестиции в мюзикл «Шахматы», серия онлайн-концертов российских звезд, и также проект «Студия МТС Live» с трансляцией живых концертов музыкантов уровня группы «Би-2».

Немузыкальные бренды также экспериментируют с интеграциями в музыкальный контент: В 2020 году Моргенштерн в партнерстве с «Альфа-банком» выпустил ролик «Клип за 10 лямов, набравший 24 миллиона просмотров на Youtube.

1 По данным на май 2022 года

2. Анализ мирового музыкального рынка

Ключевым драйвером развития музыкального сегмента является **музыкальный стриминг**, выручка которого стремительно наращивает свою долю в общем объеме рынка.

Никита Данилов

Генеральный директор НФМИ (Национальная федерация музыкальных индустрий)

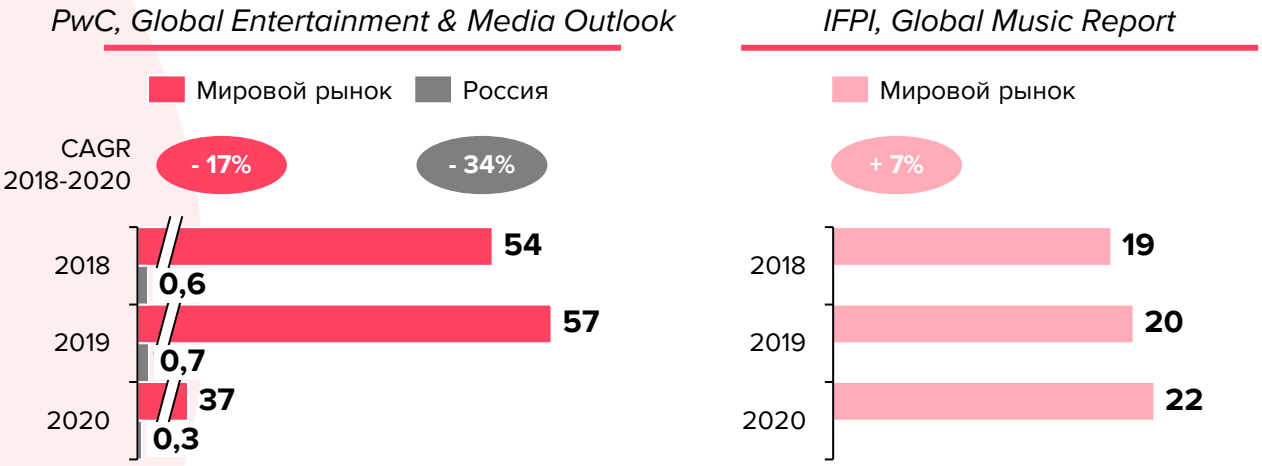
В 2020 году объем мирового музыкального рынка составил $37 млрд

Анализ объема международного рынка музыки по данным отчетов показывает динамику роста музыкального рынка в целом, при этом на 2020-й год оказало существенное влияние введение ограничительных мер в связи с COVID-19.

Следует отметить, что в каждом исследовании используется разная методология оценки и сегментации рынка, что не позволяет проводить прямое сопоставление данных по объемам из разных источников.
В исследовании PwC Global Entertainment & Media Outlook оценивается два основных сегмента: Live Music и Recorded Music. В исследовании IFPI Global Music Market Overview оценивается только сегмент Recorded Music.

Однако, наблюдается единый тренд по изменению структуры рынка: существенный рост стриминга на фоне общего снижения или отсутствия роста выручки по остальным сегментам.

Объем выручки музыкального рынка 2018-2020, млрд долл. США



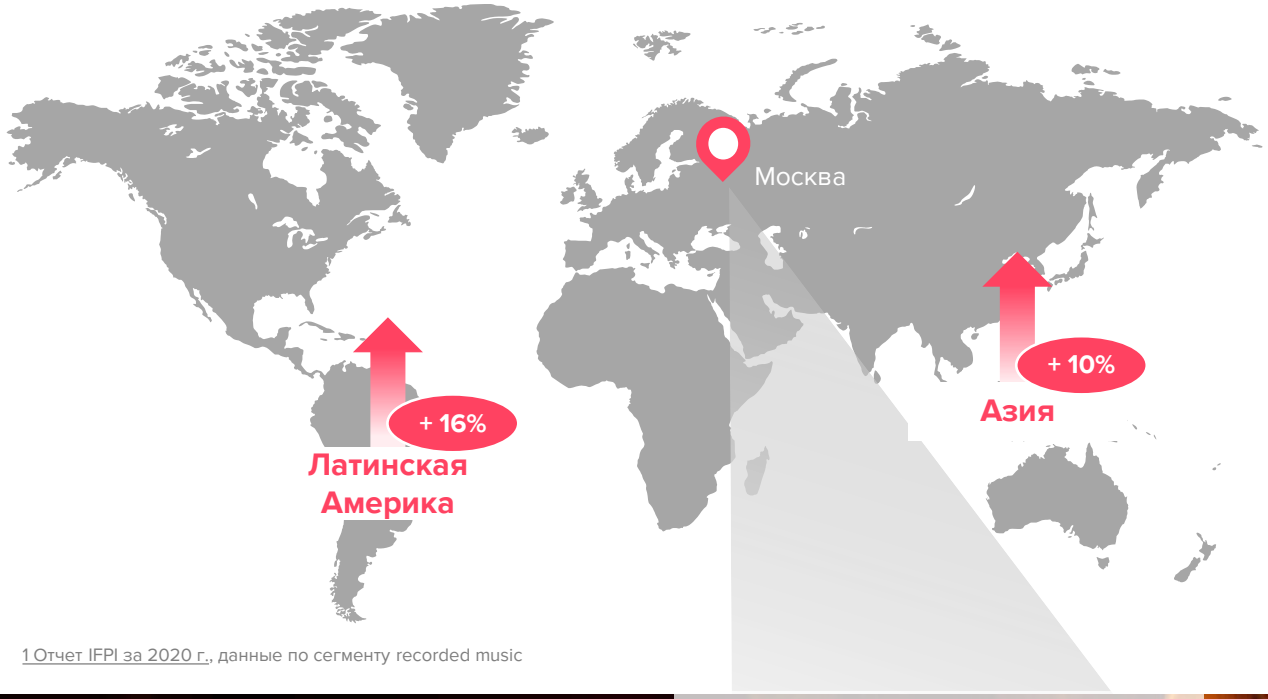
Доля цифровой музыки на мировом рынке

Музыкальный рынок России следует мировым тенденциям

Его цифровой сегмент составляет более ½ рынка по данным 2020 года и составляет $246 млн[2]

1 IFPI Global Music Report 2020
2 AnalyticResearchGroup «Интернет-торговля в России: музыка» за 2020 г.

Рост мирового музыкального рынка в 2020 году составил +7% Самые быстрорастущие регионы – Латинская Америка и Азия[1]



1 Отчет IFPI за 2020 г., данные по сегменту recorded music

Москва – музыкальная столица России

Москва является музыкальной столицей России: здесь размещены офисы большинства лейблов и стриминговых платформ, звукозаписывающие студии и самые крупные площадки

Доминирующее положение на мировом музыкальном рынке занимает «большая тройка» лейблов

Совокупная доля рынка[1]
68% рынка звукозаписи
58% рынка дистрибуции

Universal Music Group

Мировой лидер музыкального рынка, имеющий представительства в 60 странах и лицензионные соглашения с более чем 400 платформами.

В 2019 году журнал Fast Company назвал Universal самой инновационной музыкальной компанией в мире, которая определяет как должен выглядеть современный лейбл.

UNIVERSAL

UNIVERSAL MUSIC GROUP

Sony Music Entertainment

Крупнейший мировой дистрибьютор музыкального контента с офисами в 40 странах.

Sony занимается дистрибуцией самых продаваемых исполнителей в мире: The Beatles, Pink Floyd, Elvis Presley, Michael Jackson. Продажи записей этих артистов превышают 250 млн копий.

SONY MUSIC

Warner Music Group

Warner – третья крупнейшая компания музыкального мира. Около половины всей выручки компания получает вне США.

Warner владеет 29 из 100 самых продаваемых в США альбомов всех времен, и правами на более 1 млн записей 65 000 артистов.

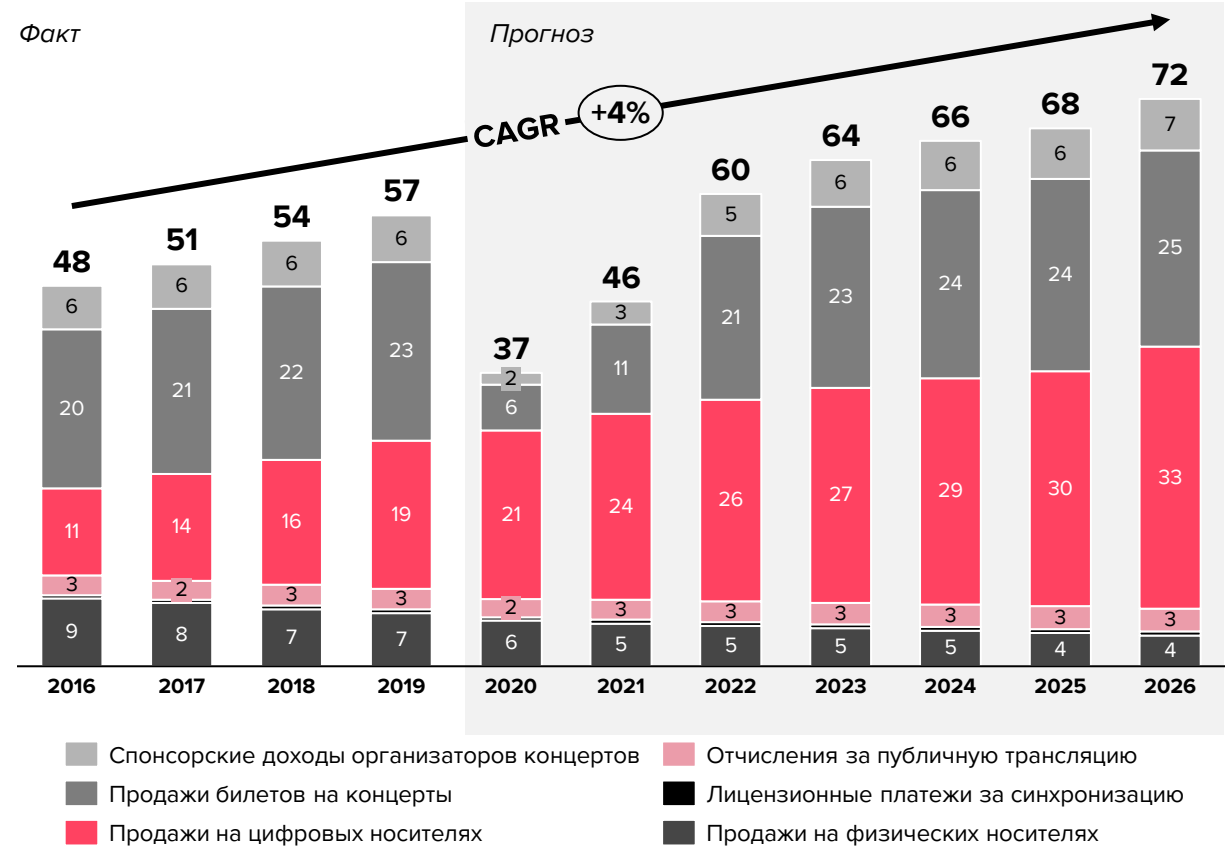
WARNER MUSIC GROUP

Звукозапись — Дистрибуция

1 Доля от общей мировой выручки соответствующего сегмента по данным Toptal за 2020 г.

Главным драйвером развития музыкального рынка сегодня является стриминг

Объем и структура мирового рынка музыки, млрд долл. США[1]



За период пандемии COVID-19 из-за введения ограничительных мер существенно сократился сегмент концертной деятельности, в то время как стриминг стал одним из ключевых направлений развития музыкального рынка.

Текущая динамика и сегментация рынка моделируется в ситуации пандемии COVID-19, в связи с этим индустриальные эксперты допускают изменение параметров рынка, долей сегментов и динамики их роста/сокращения. Например, после снятия ограничительных мер ожидается существенный всплеск посещаемости концертных мероприятий с последующим выходом на допандемийный уровень.

Концертная деятельность

-75% по кол-ву концертов[2]

-20% от общей выручки[2]

Стриминговые платформы

прогноз **+35 млн чел**[3]

10 млн чел[3]

x 3,5 рост числа подписчиков

Дистрибуция музыки на физических носителях будет постепенно отмирать, но при этом существует тренд на более высокую популярность винила как носителя.

1 PwC Media Outlook, методология расчета см. в Приложении
2 PwC Media Outlook 2020-2024
3 По данным экспертного сообщества

3. Анализ музыкального рынка Москвы

Денис Бояринов
Музыкальный критик

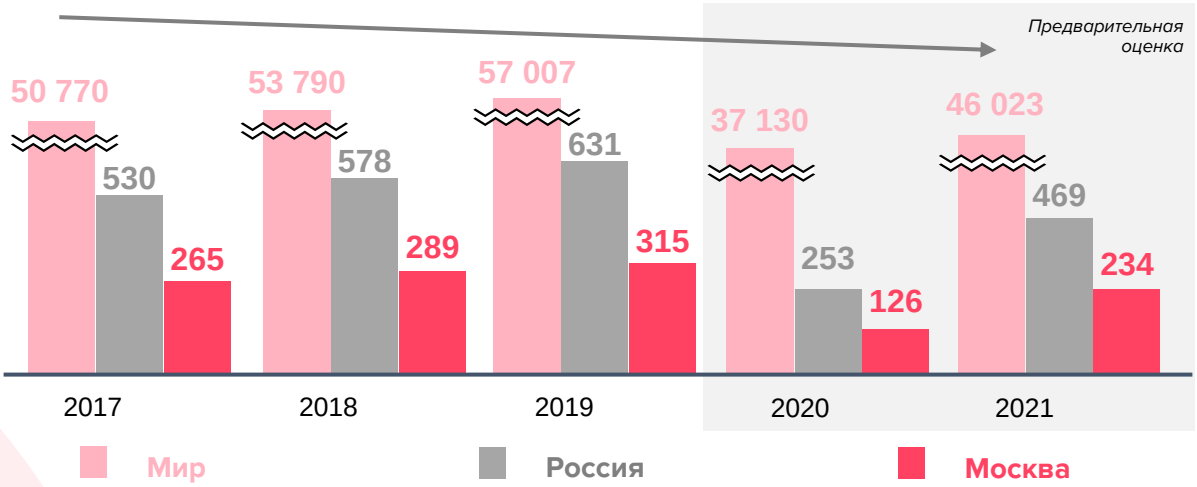
Главное отличие России от других стран в том, **что у нас любят и слушают музыку на родном языке.**

У нас ценится «локальный» продукт — это огромный плюс для российских артистов и **возможности для роста.**

Доля Москвы в мировом музыкальном рынке за 2021 год составила 0,2%

Объем музыкального рынка, млн долл. США[1]

CAGR мирового объема рынка за 5 лет составил **-2,4%**



Россия занимает 21 место по объему рынка среди 54 стран. Среди лидеров рынка – США, Япония, Германия

Объем музыкального рынка России в 2020 году составил $253 млн, что составляет 0,6% от мирового рынка

Доля Москвы составляет около 50% от музыкального рынка России по оценке экспертов[2]

Ключевые тренды московского музыкального рынка

С 2016 года московский музыкальный рынок вслед за мировым рынком начинает активно развиваться: период спада, вызванного распространением пиратских носителей, завершается.

На смену ему приходит сегмент стриминга, который легализует музыкальный контент и демонстрирует ежегодные темпы роста в 42% с 2015 года[3].

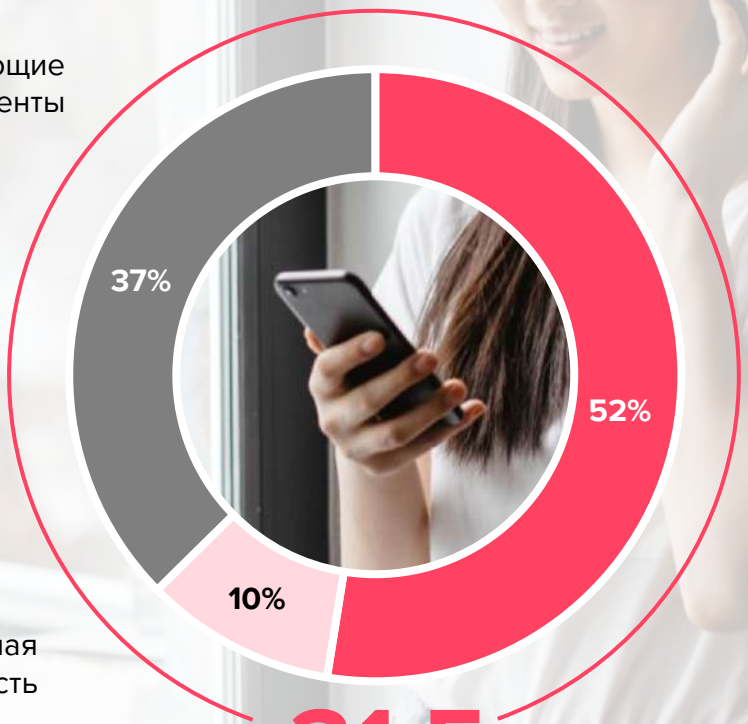
Московский музыкальный рынок постепенно обращается в сторону отечественных музыкантов. Россияне и москвичи в частности чаще слушают «домашних» исполнителей.

Зарубежным музыкантам принадлежит не более ¼ популярных композиций в чартах[4]. Этот тренд характерен для большинства музыкальных рынков: от Южной Америки до Южной Кореи и Китая.

Covid-19 оказал сильное влияние на структуру музыкального рынка во всех странах. Из-за пандемии рынок концертной деятельности испытал катастрофический спад. В Москве потери организаторов концертов составили не менее 5 млрд руб. по оценкам Ассоциации концертно-театральных и билетных организаций, а оборот упал на 85-90% по сравнению с 2019 годом[5].

1 PwC Media Outlook, методология расчета в Приложении
2 По результатам интервью с экспертами
3 По данным Toptal за 2020 г
4 Apple Music - Топ-100 России: 2020
5 По данным открытых источников Ведомости и РБК

Выручка музыкального рынка Москвы в разрезе групп сегментов, 2020[1]



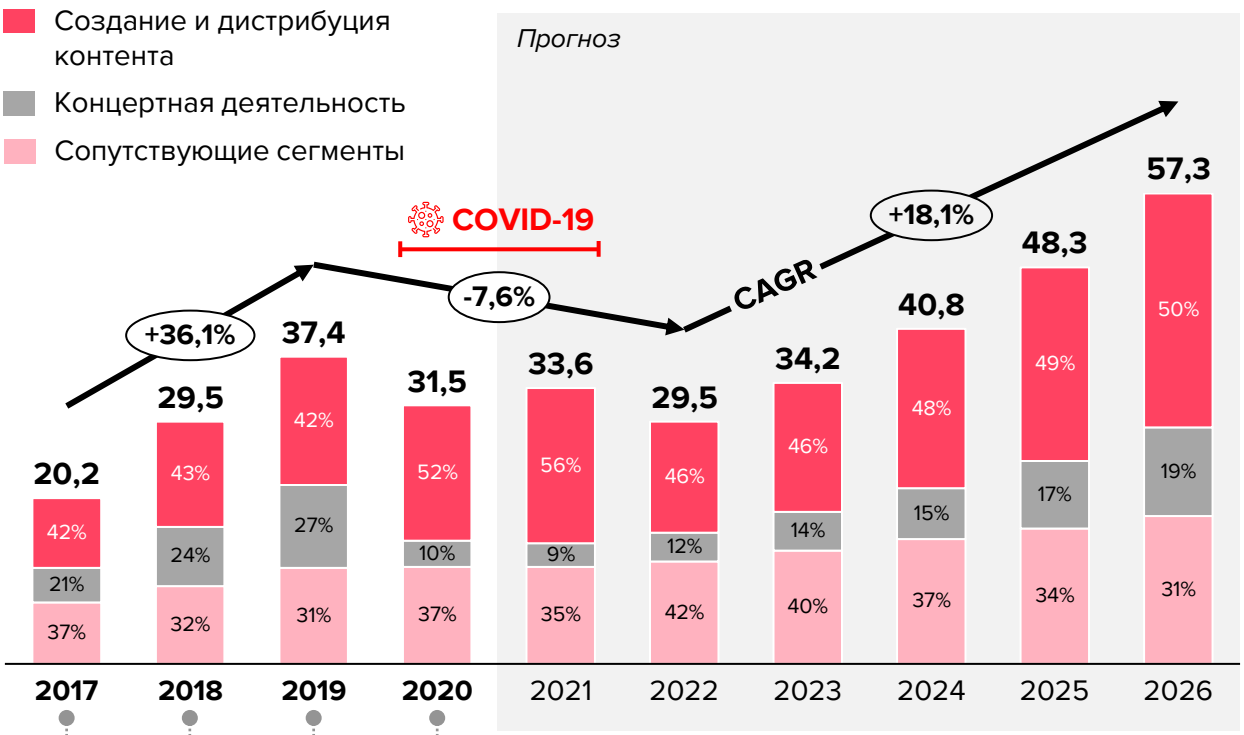
31,5
млрд руб.

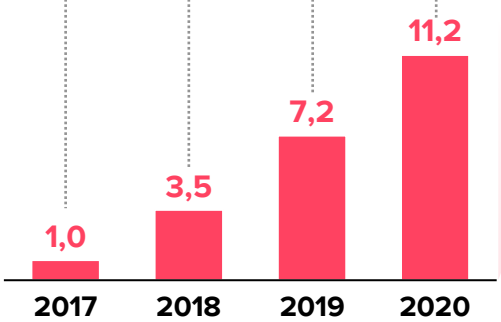
Сегмент	Объем, 2019, млрд руб.	Объем, 2020, млрд руб.	Динамика, CAGR, 2017-2020
Создание и дистрибуция контента	15,6	16,5	25%
Концертная деятельность	10,1	3,2	-9%
Сопутствующие сегменты	11,7	11,8	16%

1 Анализ ТеДо

50% объема московского музыкального рынка приходится на создание и дистрибуцию контента

Структура музыкального рынка Москвы[1], млрд руб.





4 крупнейших стриминговых компании

1. VK Музыка/Boom
2. Яндекс. Музыка
3. Spotify
4. СберЗвук

Объем выручки по данным компаниям приведен отдельно и не учитывается в общем объеме музыкального рынка, т.к. компании не публикуют долю выручки от музыкальных сервисов в открытом доступе

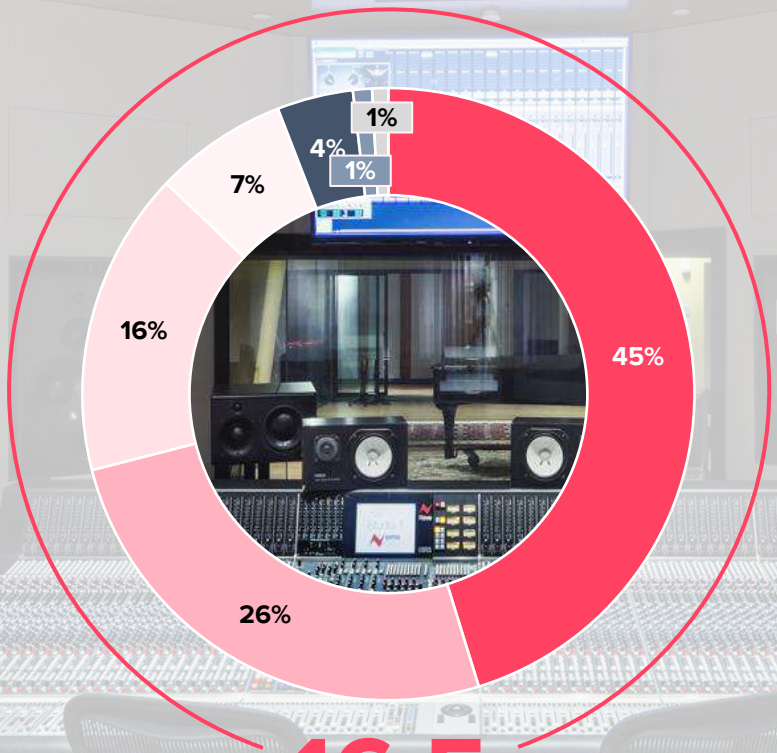
В период 2017–2019 годов музыкальный рынок Москвы показывал динамичный рост.

Этому способствовал рост сегмента стриминга с одним из самых высоких уровней проникновения в аудиторию в мире (87%)[3], восстановление концертного сегмента после падения доходности в 2015 г. и активность авторских обществ, управляющих правами на публичное воспроизведение музыкальных композиций.

Несмотря на ограничения во время пандемии, которые существенно сказались на концертной деятельности, рынок показал лишь несущественное снижение, скомпенсированное развитием стриминга. Ожидается, что уже в 2023 году рынок вернется к допандемийному объему.

1 Анализ ТеДо
2 Методология расчета выручки рынка в Приложении, методология построения прогноза в Приложении
3 По данным PwC. Медиаиндустрия в 2019–2023 гг.

1. Создание и дистрибуция контента[1]



16,5

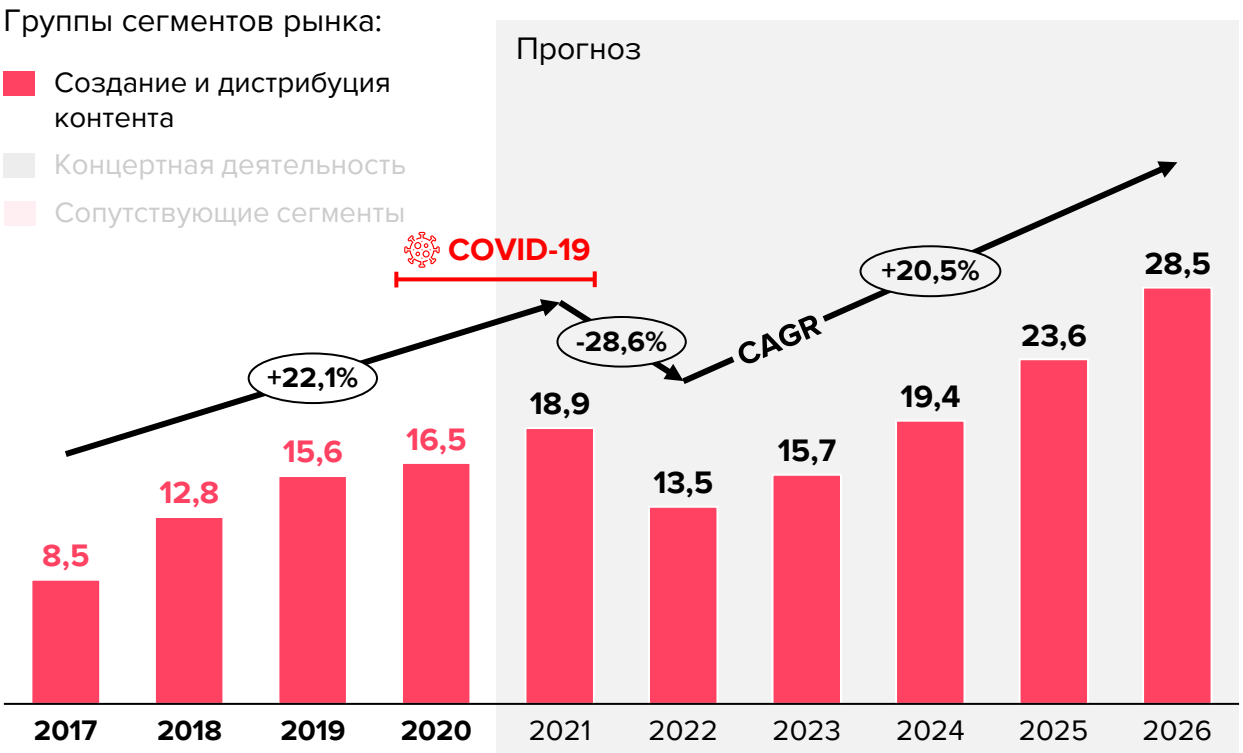
млрд руб.

Сегмент	Объем, 2019, млрд руб.	Объем, 2020, млрд руб. ↓	Динамика, CAGR, 2017-2020
Звукозапись	6,4	7,4	24%
Дистрибуция	4,6	4,4	27%
Администрирование IP и копирайта	2,6	2,6	29%
Деятельность агрегаторов	0,7	1,2	30%
Продюсирование музык. произведений	0,8	0,6	10%
Композиторская деятельность, сонграйтинг	0,3	0,2	13%
Онлайн дистрибуция	0,2	0,1	10%

1 Анализ ТеДо, без учета компаний VK Музыка/Boom, Яндекс. Музыка, Spotify, СберЗвук,

Наиболее крупным сегментом московского музыкального рынка является создание и дистрибуцию контента

Объем группы сегментов рынка Москвы[1], млрд руб.

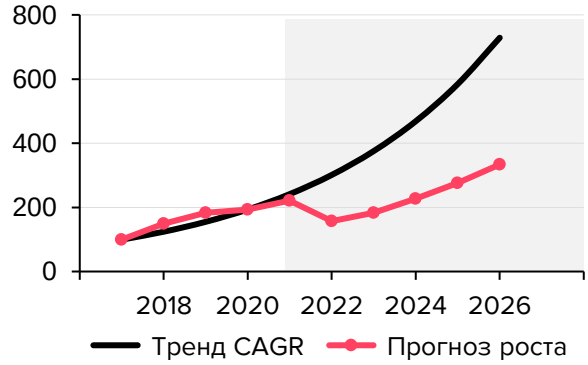


С появлением возможности монетизации музыки на цифровых носителях доля сегмента «создание и дистрибуция контента» значительно увеличилась на музыкальном рынке, оттеснив концертную деятельность.

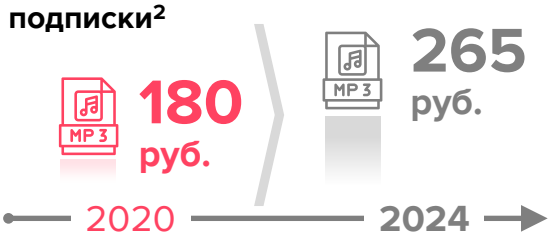
В 2022 году за счет приостановки деятельности крупных зарубежных лейблов на рынке и геополитической неопределенности рынок по оценкам экспертов может потерять до 30%.

Восстановление будет происходить за счет замещения зарубежных компаний российскими, что позволит вернуться рынку к докризисным значениям к 2024 году.

Накопленные темп роста и CAGR группы сегментов (2017=100%), %

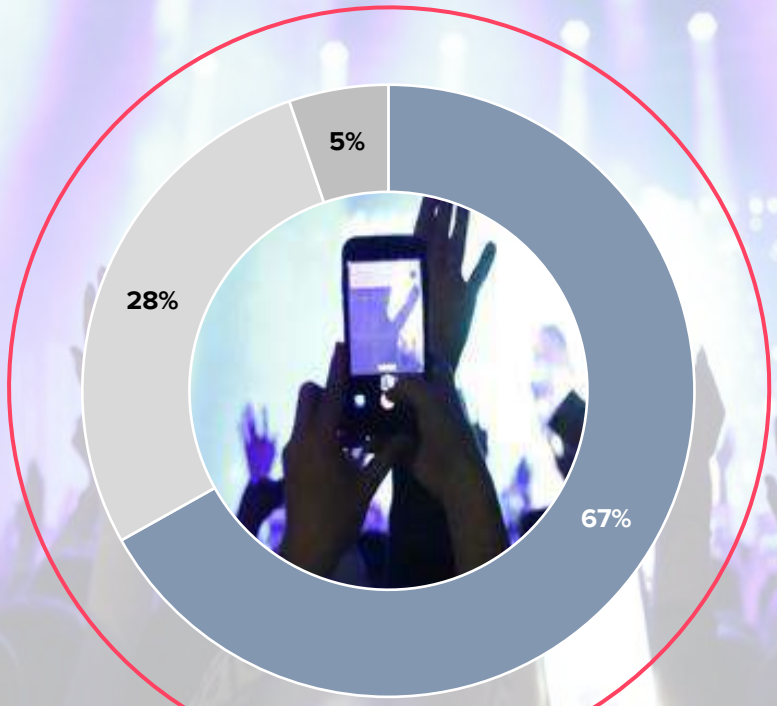


Стоимость месячной цифровой подписки[2]



1 Анализ ТеДо
2 На основе прогнозов индекса потребительских цен ЦБ РФ

2. Концертная деятельность



3,2

млрд руб.

Сегмент	Объем, 2019, млрд руб.	Объем, 2020, млрд руб. ↓	Динамика, CAGR, 2017-2020
Концертная деятельность (промоушн)	6,9	2,1	-4%
Музыкальные площадки	1,8	0,9	16%
Музыкальные фестивали	1,4	0,2	-49%

В фестивальной философии есть такая история: в первый год фестиваль никогда не выходит в плюс, второй год – тоже, третий-четвёртый год – выходит в ноль, и только на четвёртый год фестиваль начинает зарабатывать.

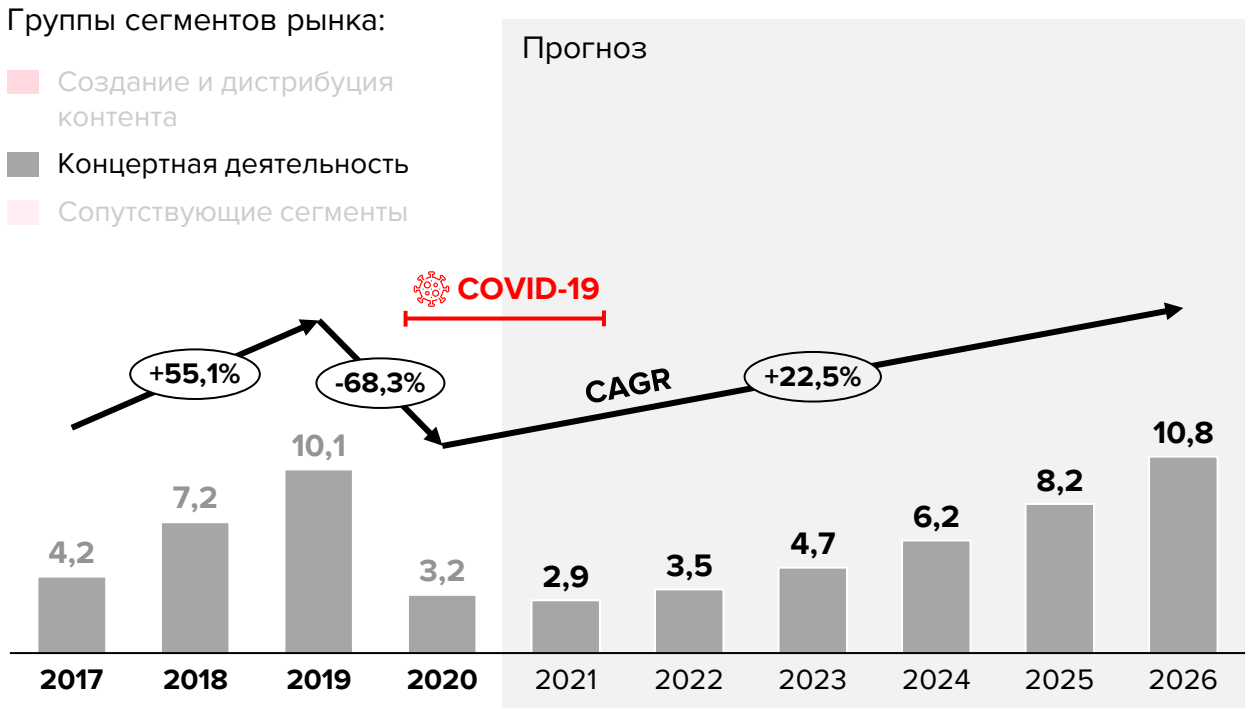
Артем Акимов

Промоутер, продюсер фестивалей Moscow Music Week, AWAZ и Signal

1 Анализ ТеДо

После двухлетнего спада концертная деятельность будет постепенно возвращаться к допандемийному уровню

Объем группы сегментов рынка Москвы[1], млрд руб.

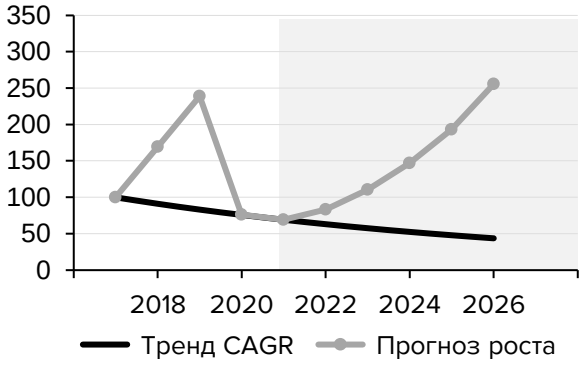


С 2017 по 2019 год выручка от концертной деятельности выросла в два раза, в том числе за счет концертов музыкантов с мировым именем. Выступления звезд привлекают в Москву фанатов со всей России.

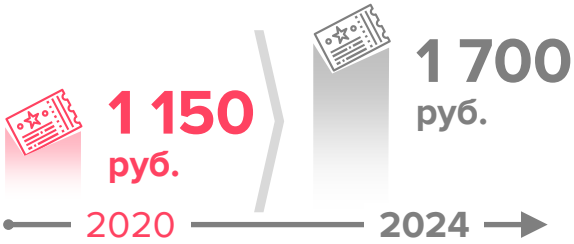
Ограничения во время пандемии отбросили рынок на уровень 2017 года.

В 2022 году со снятием ограничений ожидается постепенное восстановление концертной деятельности в новых геополитических реалиях. При этом полностью рынок сможет восстановить показатели до допандемийного уровня к 2026 году.

Накопленные темп роста и CAGR группы сегментов (2017=100%), %



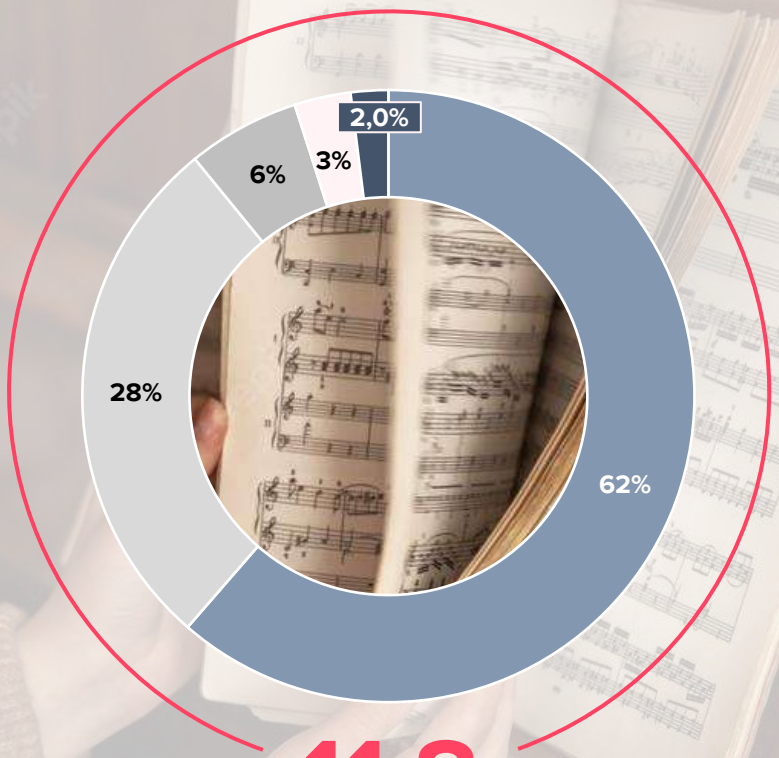
Средняя стоимость билета[2]



1 Анализ ТеДо

2 На основе прогнозов индекса потребительских цен ЦБ РФ

3. Сопутствующие сегменты[1]



11,8

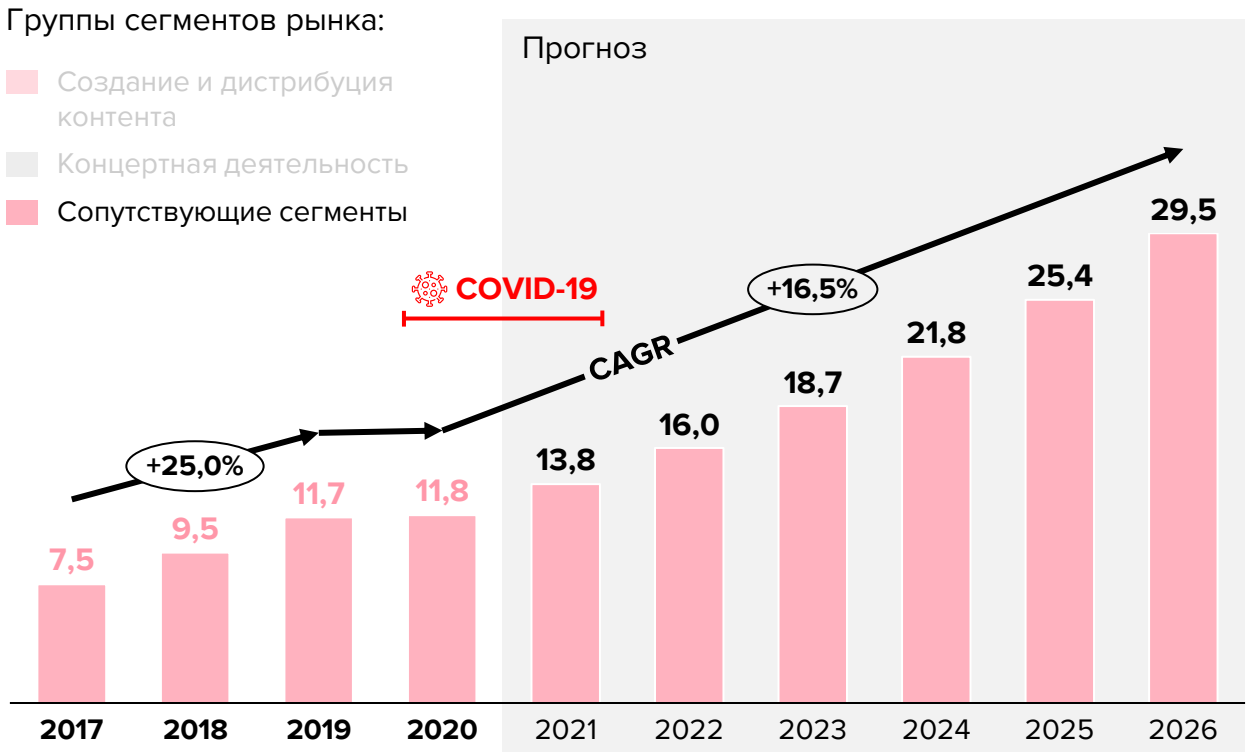
млрд руб.

Сегмент	Объем, 2019, млрд руб.	Объем, 2020, млрд руб. ↓	Динамика, CAGR, 2017-2020
Изготовление, продажа и аренда музыкальных инструментов[2]	6,7	7,3	17%
Изготовление, продажа и аренда оборудования (свет, звук, видео)[2]	3,2	3,3	28%
Музыкальный менеджмент	0,8	0,7	12%
Продажа билетов[2]	0,8	0,3	-27%
Печать и продажа нот	0,1	0,2	34%

1 Анализ ТеДо
2 Сегменты пересекаются с рынком исполнительских искусств

В пандемию сопутствующие сегменты рынка избежали падения, несмотря на сокращение спроса

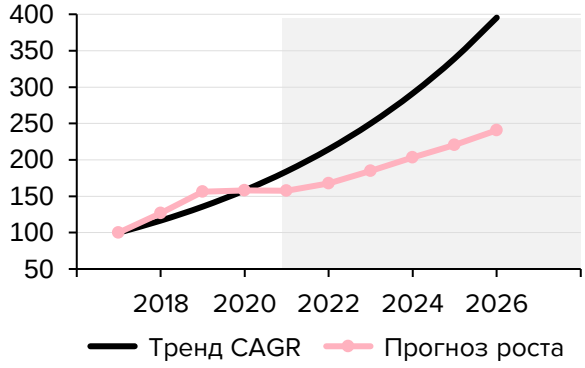
Объем группы сегментов рынка Москвы[1], млрд руб.



Основную долю сопутствующих сегментов музыкального рынка занимают изготовление и аренда музыкальных инструментов и оборудования, которые активно развивались вместе с остальным рынком.

Пандемия в меньшей степени сказалась на данной части рынка, и в дальнейшем ожидается медленный рост вслед за восстановлением концертной деятельности и развитием рынка звукозаписи и дистрибуции.

Накопленные темп роста и CAGR группы сегментов (2017=100%), %



1 Анализ ТеДо

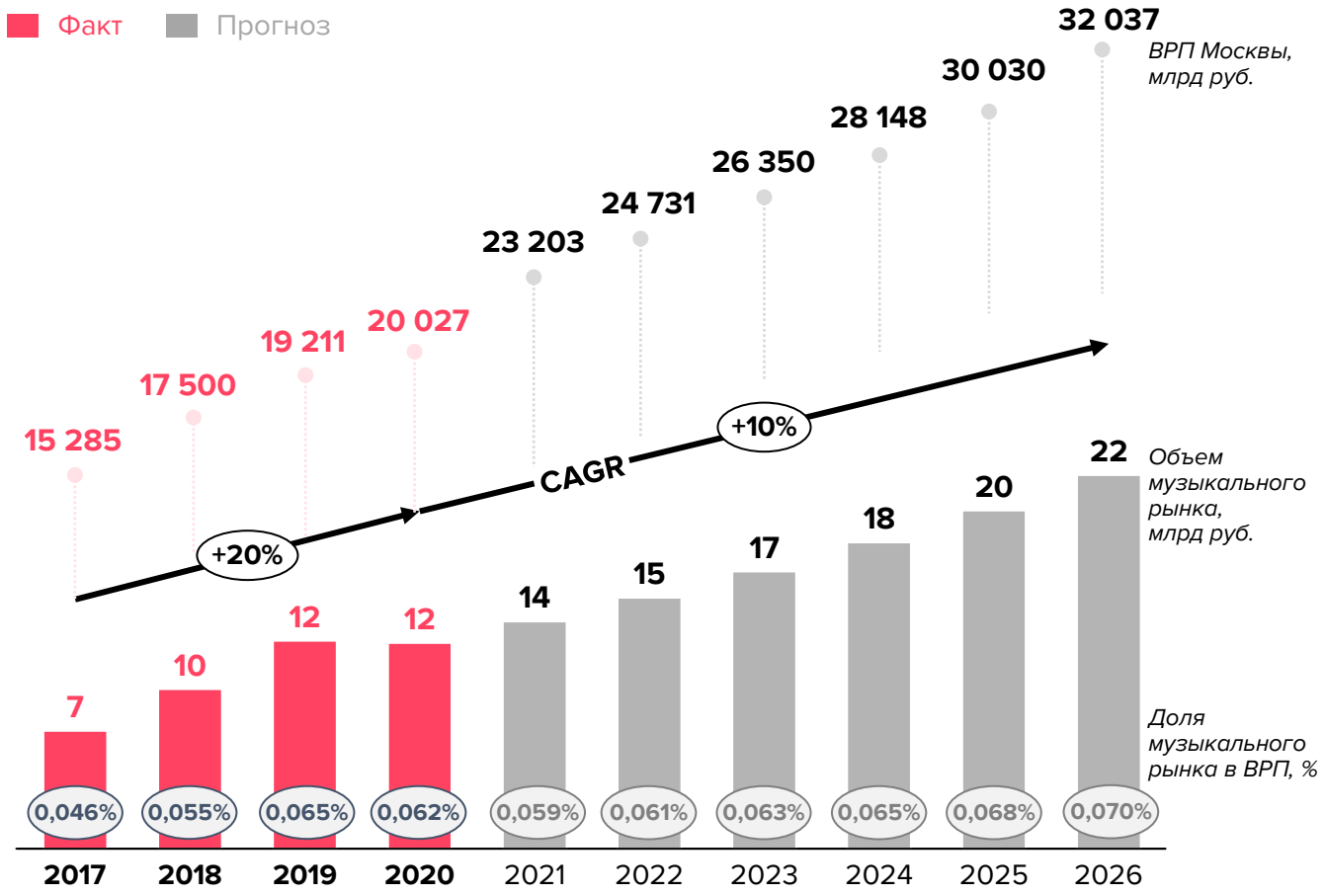
Вклад музыкального рынка в ВРП Москвы в 2020 году составил 0,062%

Вклад в валовый региональный продукт определяет экономическую значимость индустрии для города.

В Москве, как и в мировой практике, музыкальный рынок составляет небольшую долю, как в рамках всего города, так и в рамках креативных индустрий.

По данным исследования креативной экономики Москвы доля музыкального рынка не превышает 4% в структуре креативных индустрий города[1].

Вклад музыкального рынка в ВРП Москвы, млрд руб.[2]



1 Креативная экономика Москвы в цифрах, НИУ ВШЭ
2 Методология расчета вклада в ВРП в Приложении

На 3 основных сегмента музыкального рынка Москвы приходится ½ всего объема выручки[1]

Российский музыкальный рынок воспроизводит структуру мирового: основные сегменты, совокупно генерирующие наибольший объем выручки – звукозапись и дистрибуция.

За последние десять лет дистрибуция объединилась со стримингом, который стремительно увеличивает свой объем.

Третий ключевой сегмент российского рынка – агрегаторы и администраторы авторских прав, выручка которых напрямую зависит от роста первых двух сегментов.

Компания	Выручка 2020 г., млрд руб.	% компании в сегменте	Деятельность
Звукозапись			
ВОРНЕР МЬЮЗИК	2,2	30%	Музыкальное издательство артистов: **Егор Крид, Ани Лорак** и др.
ПЕРВОЕ МУЗЫКАЛЬНОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО	1,1	15%	Музыкальное издательство артистов: **Елка, Ленинград, Монатик** и др.
СТУДИЯ СОЮЗ	0,5	7%	Старейший в России независимый лейбл
БЛЭК СТАР	0,4	6%	Музыкальное издательство артистов: **NATAN, Slame, Егор Шип**
СОЮЗ МЬЮЗИК	0,4	5%	Представляет независимые заруб. лейблы и артистов: **Адель, The Prodigy, 50 cent**
Дистрибуция			
СОНИ МЬЮЗИК ЭНТЕРТЕЙНМЕНТ	1,7	39%	Представляет как лейбл артистов: **Сергей Лазарев, Сурганов и оркестр**
ЮНИВЕРСАЛ МЬЮЗИК	1,5	34%	Представляет как лейбл артистов: **Элджей, Найк Борзов**
ДЖЕМ	0,6	13%	Рекламные услуги «Мультимедиа-холдинга»: **«Наше радио», «Радио Jazz»,**
ЮНИВЕРСАЛ МЬЮЗИК ПАБЛИШИНГ	0,2	5%	Входит в группу Юниверсал Мьюзик
БЕЛИВ ДИДЖИТАЛ	0,2	4%	Дистрибуция и маркетинговые услуги: **Black Star, EXO Music, Макс Корж**
Изготовление, продажа и аренда музыкальных инструментов[2]			
МУЗЫКАНТ	5,1	55%	Федеральная сеть музыкальных магазинов **Музторг**
АРТИМЬЮЗИК ДИСТРИБЪЮШН	1,1	11%	Дистрибьютор музыкальных инструментов **Casio, Sigma Guitars, Enya, Vision**
МИР МУЗЫКИ	0,9	10%	Сеть магазинов звукового, студийного и концертного оборудования
МУЗА-С	0,5	6%	Магазин музыкальных инструментов, светового и звукового оборудования
КАВАЙ ПИАНО	0,4	4%	Японский производитель клавишных инструментов

[1] Анализ ТеДо

[2] Доля компаний рассчитана от общего объема выручки сегмента рынков музыки и исполнительских искусств

Михаил Минин

Генеральный директор
МТС Энтертейнмент

В России сложилась достаточно **сильная инфраструктура для успешного продвижения собственного контента**.

Благодаря этому артисты получают свои профиты от ВКонтакте и локальных стримингов, которые заинтересованы конкурировать с зарубежными платформами.

Когда ты конкурируешь с сильным игроком, ты ищешь **новые методы и форматы**.

Российские стриминги растут быстрее среднемировых темпов: по выручке и по охватам

Еще в 2019 году IFPI отмечал, что сегмент стримингов в России растет по аудиторным показателям быстрее мировых показателей (87% слушателей музыки в России используют стриминговые сервисы против 61% в мире)[1].
В 2020 стриминги начали показывать рост доходности.

При оценке выручки стриминговых сервисов важно понимать, что **финансовые результаты не раскрываются отдельно по направлению музыки**, а даются по группе сервисов или системе бизнесов. Как правило, музыка входит в пакет подписок.

Яндекс Музыка[2]

12,2	199	18
млн чел.	₽/мес.	млрд ₽

группа «Медиа сервисы»

Кол-во подписчиков медиа-сервисов Яндекса (подписка «Плюс»), куда входит Яндекс.Музыка, составляет 12,2 млн чел. Кол-во подписчиков только Яндекс.Музыки вдвое меньше (6,1 млн чел). Стоимость подписки «Плюс» больше средней на рынке (199 руб. против 169 руб.).

VK music[3]

5	149	18
млн чел.	₽/мес.	млрд ₽

группа «Социальные сервисы»

В ноябре 2021 года приложение «Boom» и «Музыка ВКонтакте» объединились в сервис «VK Музыка». Сервис работает в отдельном приложении, а также музыкальных разделах «ВКонтакте» и «Одноклассников». Подписка на сервис включена в пакет VK Combo.

СБЕР ЗВУК[4]

4,5	от 199	14
млн чел.	₽/мес.	млрд ₽

группа «Нефинансовые бизнесы»

Ныне компания «Звук» (до 2020 года — Zvooq, до 2022 года — «СберЗвук»). Основной функционал сервиса доступен бесплатно, также присутствует платная подписка, которая может быть приобретена отдельно, либо как часть подписок «Прайм» и «Прайм+».

Apple MUSIC[5]

78	169	$4,1
млн чел.[6]	₽/мес.	млрд

Стриминг-сервис запущен в 2015 году, содержит более 75 миллионов треков. На начало 2021 года Apple Music занимала 16% доли мирового рынка потоковой передачи музыки. Стоимость подписки в России – 169 руб.

Аудитория | Стоимость подписки | Выручка за 2020 г.

1 Исследование PwC Медиаиндустрия в 2019–2023 гг.
2 Данные приводятся по корпоративному отчету Яндекса
3 Данные приводятся по корпоративному отчету VK
4 Данные приводятся по корпоративному отчету Сбербанка
5 Данные приводятся по корпоративному отчету Apple
6 Apple не предоставляет данные по России.

Перспективные ниши музыкального рынка

Музыка – это прежде всего творческий процесс, однако, сегодня это огромная индустрия, которая не только монетизирует творческий продукт, но и постоянно ищет новые ниши.

Для музыкального рынка Москвы, который оценивается экспертами больше чем в ½ российского рынка, можно выделить несколько таких перспективных ниш.

Монетизация музыки на ТВ, в рекламе, видеоиграх

С ростом платформ для стриминга фильмов в России в 2018 году сформировался отечественный рынок производства контента для них.

Кино и сериалы производятся по заказу платформ (например, «Кинопоиск»), либо самими платформами (More.tv, «Премьер»).

Такие продюсерские компании как Start/Yellow, Black & White, Premier создают специальные направления по созданию музыкального контента и управлению музыкальными правами.

Хип-хоп лейбл Gazgolder основан в 2006 году, известен такими именами как Баста, Гуф, Скриптонит. Компания включает в себя дизайн-бюро, клуб, кафе и агентство по продвижению и букингу. Помимо концертов, Gazgolder занимается организацией и проведением спектаклей, выставок и других культурных мероприятий.

Монетизация брендов хип-хоп исполнителей

Уверенно можно констатировать, что хип-хоп как жанр является самым востребованным у молодежной аудитории и имеет наиболее высокий уровень медиапроникновения и охвата аудитории.

Большинство экспертов признают, что именно хип-хоп исполнители имеют самый широкий спектр инструментов монетизации: от продажи мерча до создания собственных брендов одежды и ресторанов.

Диджитал-сегмент музыкальной индустрии

Музыкальные стриминги, доставляющие музыку слушателю, – самый быстрорастущий сегмент музыкального рынка.

Однако, по-прежнему открыт вопрос о доходности стриминга для артистов и лейблов: например, по данным Spotify в среднем DIY-музыкант (не представленный лейблом) заработал на сервисе **$4 100** в 2020 году[1].

Помимо стримингов, существует ИТ-инфраструктура, которая обеспечивает функционирование музыкального рынка: это платформы агрегаторов для размещения музыки и учета авторских прав и отчислений по ним, софт для производства музыкального контента и звукозаписи, софт для концертной деятельности.

Наконец, новым трендом в музыке становится проведение концертов в метавселенных. Так, Universal Music Group разрабатывает метавселенную с виртуальными группами, цифровыми ИИ-персонажами, NFT, криптовалютами, VR-функциями. Многие исполнители начали создавать собственные цифровые аватары.

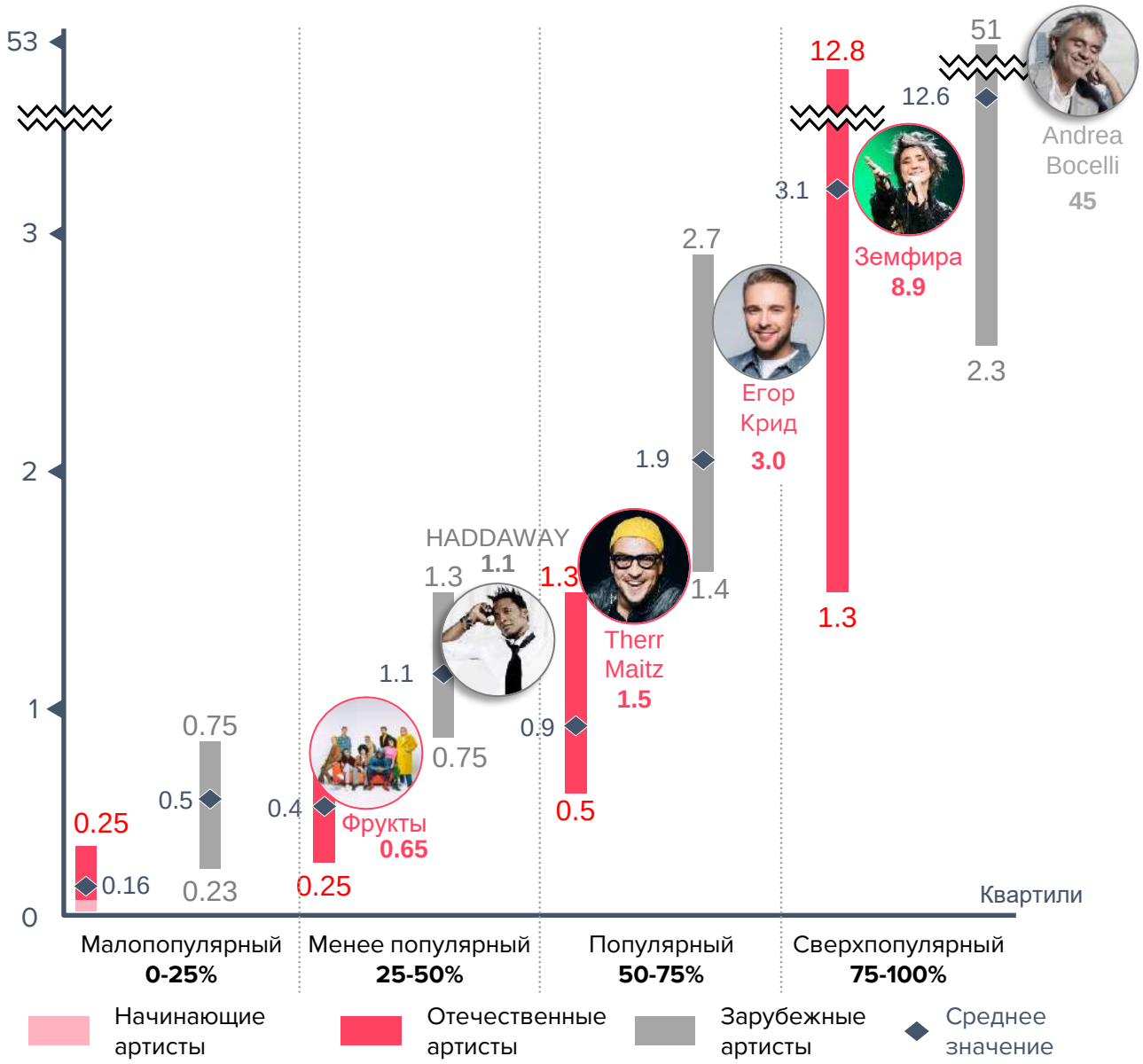
Концерты в метавселенных Minecraft и Fortnite уже собирают миллионы зрителей. Например, 12 миллионов человек слушали выступление Трэвиса Скотта.

Российские исполнители также пробуют новые технологии: в 2020 году фортепианный концерт в онлайн-игре Minecraft исполнил российский пианист и композитор Кирилл Рихтер.

1 Spotify. Loud & Clear

Гонорар артистов в рамках концертной деятельности в Москве может составлять от 0 до 50 млн руб.

Гонорары артистов за выступление в Москве, млн руб.



Диапазон гонораров артистов зависит от их популярности. В среднем зарубежные артисты получают в 2-4 раза больше, чем отечественные, и при этом разброс гонораров сильно увеличивается при росте популярности.

Большая часть артистов выступает за небольшие гонорары. В зависимости от отношений между площадкой/промоутером и малоизвестным артистом ценовой диапазон гонорара может варьироваться от 0 до 50 тысяч рублей.

1 Анализ ТеДо по открытым источникам

Татьяна Андрианова

Арт-директор бара «Стрелка», организатор концертов

С одной стороны, **в Москве много заведений, где можно чувствовать себя комфортно по всем параметрам**.

С другой стороны, **у нас мало мест с долгой историей, и есть проблемы с продакшном** – это касается саунд-систем и света.

Ты можешь прийти в самый грязный клуб **в Лондоне**, где все липкое, старое, затертое – на это будет невозможно смотреть – но **как только выключится свет в зале и начнётся концерт, станет без разницы, где ты находишься и что вокруг, потому что звучать все будет первоклассно**.

В Москве существует более 180 популярных площадок для выступлений

Где проходят главные выступления Москвы?
Какие типы площадок приносят наибольшую прибыль?

Для ответа на эти вопросы был проведен анализ основных площадок Москвы по данным из интернет-афиш[1],

Всего было проанализировано 186[2] площадок, которые сгруппированы по 6 категориям

1. Концертные залы
2. Музыкальные клубы
3. Open Air площадки
4. Стадионы
5. Театральные площадки
6. Дома культуры

По каждой площадке анализировались следующие параметры:

1. **Количество площадок** в категории
2. **Количество** посетителей в год
3. **Количество** мероприятий в год
4. Средняя **стоимость билета**
5. **Объем выручки** в год

1 Подробную методологию оценки см. Приложение
2 Оценка основана на данных из открытых источников

42 Концертных зала

В том числе государственных **12**

1. Концертные залы – самые популярные, прибыльные и наиболее посещаемые площадки в Москве

3,5 млн посетителей в год

1 600 руб. средняя стоимость билета

3 200 мероприятий в год

5 750 млн руб. выручки

75 Музыкальных клубов

2. Музыкальные клубы – сердце ночной жизни и основное место выступлений популярных артистов

4,3 млн посетителей в год

1 100 руб. средняя стоимость билета

11 000 мероприятий в год

4 000 млн руб. выручки

9 Open Air площадок

3. Площадки под открытом небом – основные места проведения крупных музыкальных фестивалей

1,6 млн посетителей в год

690 руб. средняя стоимость билета

120 мероприятий в год

1 100 млн руб. выручки

7 Стадионов

4. Стадионы – традиционное место выступления зарубежных групп, где собирается наибольшее количество зрителей

400 тыс посетителей в год

2 900 руб. средняя стоимость билета

42 мероприятия в год

1 100 млн руб. выручки

26 Театральных площадок

В том числе государственных **9**

5. Театральные площадки – важные центры оперы, мюзиклов и академического пения

800 тыс посетителей в год

850 руб. средняя стоимость билета

1 700 мероприятий в год

950 млн руб. выручки

27 Домов культуры

В том числе государственных **6**

6. Дома культуры – важная площадка для начинающих и малоизвестных артистов

320 тыс посетителей в год

550 руб. средняя стоимость билета

820 мероприятий в год

190 млн руб. выручки

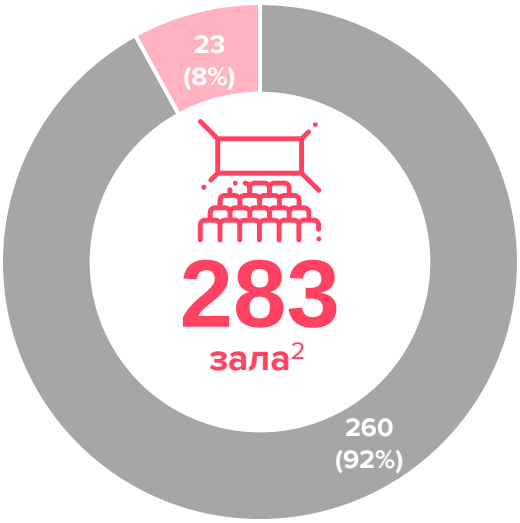
Данные Министерства Культуры РФ отражают статистику только по государственным концертным площадкам

По официальной отчетности в 2020 году в Москве действовало 23 государственных концертных залов. При этом показатели посещаемости, количества музыкальных площадок и проводимых мероприятий не включают данные по частного сектору музыкального рынка.

Москва

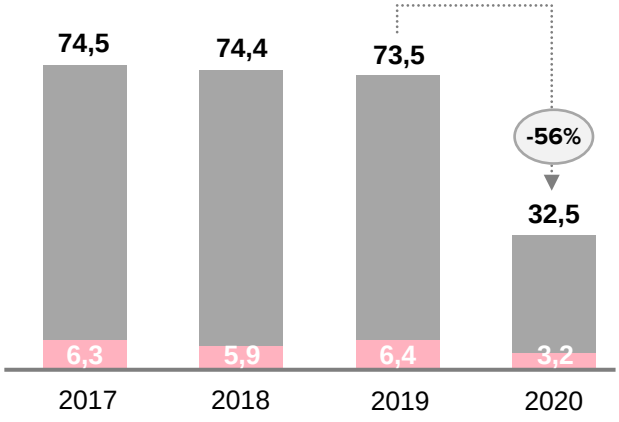
Россия
(без Москвы)

Кол-во концертных залов, 2020 (ед.)

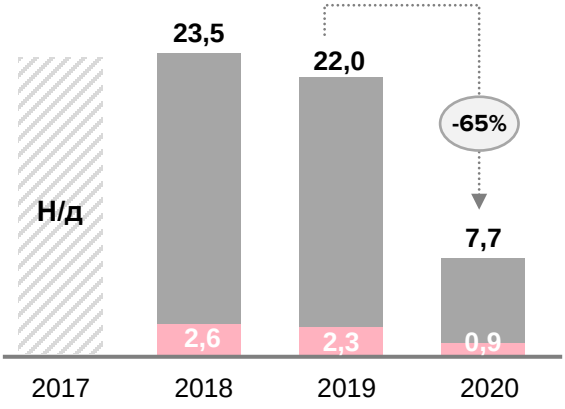


Коммерческая вместимость 2020, (тыс. чел)

Кол-во мероприятий, (тыс ед.)



Кол-во посещений концертных организаций, (млн чел)



1 Подробную методологию оценки см. Приложение
2 Всего в РФ

4. Лучшие международные практики

Москва – однозначно **в списке must visit для** международного **артиста**

Дмитрий Коннов

Управляющий партнер Zvonko Group, экс-руководитель Universal Music Russia

Для проведения сравнительного анализа Москвы были отобраны 5 городов

Для сопоставления Москвы отбирались города не только по ряду количественных параметров, но с учетом экспертных оценок, диверсифицированного географического положения и включенности в перечень мировых лидеров отрасли.

Бенчмаркинг городов

	Макроэкономические показатели			Показатели музыкального рынка		
	ВРП на душу населения по ППС, долл. США ↓	Общий уровень занятости в экономике, %	Средняя чистая зарплата в мес., долл. США	Выручка музыкального рынка по ППС на душу населения, долл. США	Кол-во музыкальных площадок	**Меры поддержки**
Москва	45 803	81	1 064	17	186	$
Лос-Анджелес	65 082	72	5 797	67	409	$
Лондон	57 157	79	4 221	80	98	$ 🎓
Вена	48 546	68	2 525	58	32	$
Рим	38 025	64	1 688	21	120	$ 🏢
Сеул	34 355	67	2 535	27	120	$ 🏢

$ Финансовые меры 🏢 Инфраструктурные меры 🎓 Образовательная и консультационная поддержка

[1] Подробную методологию выбора городов и источников показателей см. Приложение

Матрица сравнения по мерам поддержки

Категория мер поддержки	Наличие меры в Москве/ РФ	Оценочная доля экспертов, указавших на значимость меры	Международные практики[1]
Финансовые меры			
Налоговые льготы	—	**30%**	Великобритания, Южная Корея
Предоставление субсидий и грантов для проведения мероприятий (концертов)	✓	**60%** Может быть актуальным при условии сокращения бюрократических процедур	Великобритания, Южная Корея, США, Германия, Австрия, Сингапур
Предоставление грантов на гастроли	—	**80%** Может быть актуальным при условии сокращения бюрократических процедур	Великобритания, Южная Корея, Италия, США, Австрия
Государственные заказы на сочинение музыкальных произведений	✓	**5%** Касается узкого сегмента - композиторов	Великобритания, Южная Корея, Австрия
Стимулирующие выплаты для развития индустрии	—	**10%**	Южная Корея, Италия, США, Австрия
Поддержка экспорта музыкального продукта	—	**50%** Отмечался как международный экспорт, так и в другие регионы страны	Великобритания, Южная Корея
Поддержка молодых музыкантов и исполнителей стипендиями и грантами	✓	**10%** Эксперты отмечают частичную реализацию меры в виде премий победителям конкурсов	Австрия
Инфраструктурные меры			
Предоставление площадок для выступлений начинающим исполнителям, репетиционных баз	—	**25%**	Южная Корея, Италия
Государственные премии, способствующие росту популярности артистов	✓	**5%** Эксперты упоминали избыточность премий в классической музыке	Южная Корея
Образовательная и консультационная поддержка			
Образование детей и подростков музыке (музыкальное просвещение)	✓	**25%** Часть экспертов отмечает неактуальность существующего музыкального образования	Великобритания, Германия
Создание информационных ресурсов для музыкантов	—	**25%** Информация и обучающие материалы по бизнес и правовой грамотности, юридические консультации	Великобритания

Мера упоминалась большей частью экспертов

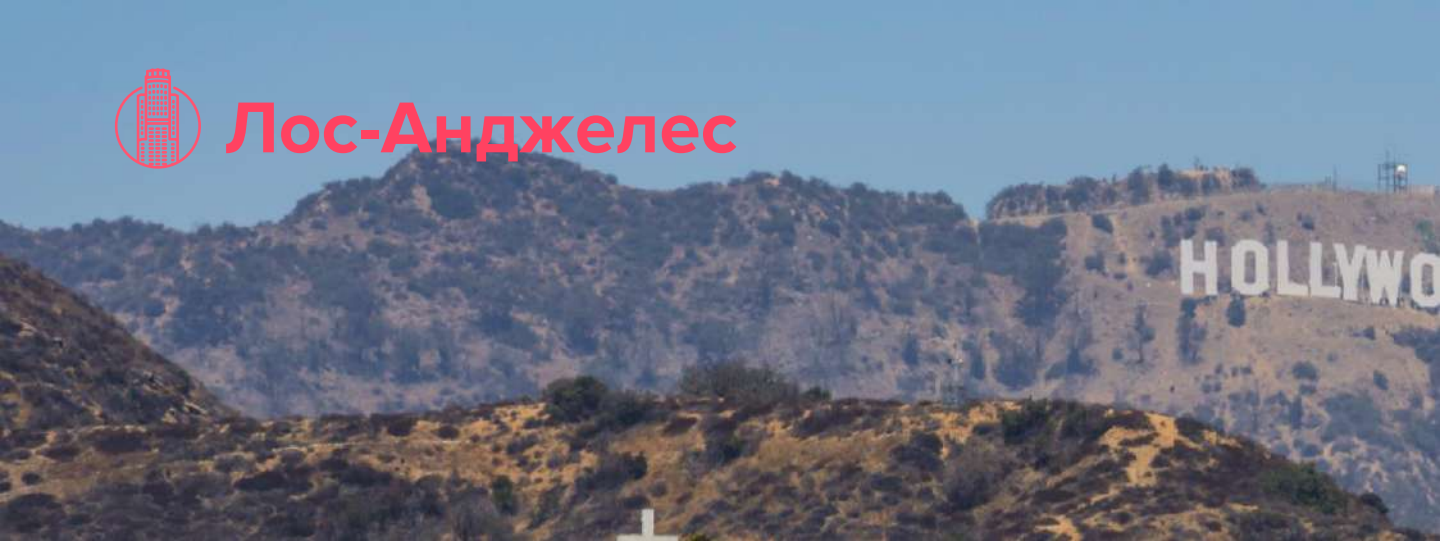
Мера упоминалась в ответах минимум ¼ экспертов

Мера не упоминалась многими экспертами, но распространена в ключевых мегаполисах и др. городах

[1] Среди мер поддержки, рассмотренных в ходе анализа 5 ключевых мегаполисов, и дополнительных мер поддержки, упомянутых в интервью или открытых источниках.

Источники: интервью экспертов, открытые источники, анализ мер поддержки

Лос-Анджелес



Интересные факты

Более 9 тыс. музыкальных представлений проводятся в Лос-Анджелесе ежегодно

Более 400 площадок с живой музыкой в Лос-Анджелесе

Лос-Анджелес по праву занимает почётное место в мировой музыкальной культуре. Ещё в 1960-х годах бульвар Сансет-Стрип стал стартовой площадкой для таких групп как The Byrds, Buffalo Springfield, The Doors, The Beach Boys. Из Лос-Анджелеса происходят множество музыкальных коллективов тяжёлой и альтернативной направленности, среди которых Van Halen, Mötley Crüe, Metallica, Guns N' Roses, Red Hot Chili Peppers.

Среди самых известных групп, которые начинали свое творчество в Лос-Анджелесе нельзя не отметить, такие таланты как 30 Seconds to Mars, Blink-182, Hollywood Undead, Linkin Park, System of a Down, которые до сих пор пользуются всемирным признанием и любовью. Город является центром международных музыкальных премий и штаб-квартирой для звукозаписывающих студий и лейблов.

Источники: LA Weekly World Cities Culture Forum Songkick Time Out

Значительный вклад город внёс и в хип-хоп сцену США, электронную музыку и другие стили. На территории города расположены многочисленные студии звукозаписи, принадлежащие многочисленным лейблам звукозаписи (среди них Warner Music Group, Capitol Records, а так же множество независимых рекорд-лейблов).

Фестиваль Electric Daisy Carnival, проходящий в Лос-Анджелесе, является фестивалем электронной танцевальной музыки, за двухдневный уик-энд собирает более 185 000 человек, что делает его крупнейшим фестивалем танцевальной музыки и одним из крупнейших в мире.

Рядом с городом ежегодно происходит один из самых известных музыкальных фестивалей Coachella.

Интересные факты

Около 125 000 любителей инди музыки посещают фестиваль Coachella, который является одним из самых известных в мире фестивалей, посвященных музыке.

Источники: LA Weekly World Cities Culture Forum Songkick Time Out

Лос-Анджелес

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Гранты Департамента искусств и культуры округа Лос-Анджелес	Финансовая	Финансирование частично либо полностью оригинальных музыкальных событий, летних open air фестивалей, концертов в парках	Разнообразные грантовые программы, направленные на поддержку музыкальных мероприятий (концерты и фестивали), творческих проектов, вовлекающих местных музыкантов.	--
База музыкантов «The Musicians Roster» Департамента искусств и культуры округа Лос-Анджелес	Нефинан-совая	Поиск музыкантов для участия в фестивалях и для организации коммерческих концертов	Создана и регулярно обновляется открытая база данных музыкантов, прошедших отбор экспертами. База предназначена для организаторов мероприятий и музыкальных продюсеров. Ежегодно жюри отбирает из базы участников Летнего музыкального фестиваля.	--
Онлайн-ресурс Music Covid Relief	Информа-ционная	Преодоление последствий эпидемии COVID-19 в музыкальной индустрии	Ресурс содержит информацию о всех доступных мерах поддержки и финансирования в США артистов, музыкальных авторов и исполнителей, музыкальных менеджеров, также малых бизнесов, оказавшихся в тяжелой ситуации в связи с потерей работы, способов заработка или закрытием своих проектов в период эпидемии COVID-19 и после нее. На ресурсе размещены рекомендации и инструкции по получению единовременной, постоянной помощи, грантов и займов (списания долгов) от частных фондов, общественных организаций и органов исполнительной власти.	--

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Программы государственного агентства California Arts Council	Финансовая	Всестороннее развитие искусства в штате Калифорния с целью улучшений условий и возможностей творчества и расширение потребления культуры местным сообществом	Грантовые программы направлены на различные группы: от индивидуальных художников (артистов) до поддержки некоммерческих арт-институций. Индивидуальные гранты предоставляются на безотчетной основе креативным деятелям в виде единовременных грантов или стипендий, проектные гранты предоставляются на реализацию местных творческих мероприятий (в т.ч. музыкальных), гранты для организаций предназначены для ведения основной и проектной деятельности в сфере развития местных сообществ, поддержки образовательных инициатив и сетевых проектов между организациями.	от $3 000 (индивидуальные гранты) до $1 млн (на организацию)
New Music USA – Проектные Гранты	Финансовая	Финансовая поддержка независимых музыкальных организаций и резиденций	Поддержка всех видов музыкального творчества в США; финансирование музыкальных проектов; поддержка небольших ансамблей; предоставляют должности композиторов-резидентов в оркестрах; частично финансируется за счет государственных средств Совета по делам искусств штата Нью-Йорк.	$3 396 398 (средний объем гранта на 1 проект)
Aaron Copland Fund For Music	Финансовая	Стимулирование создания широкого разнообразия мероприятий в городе, развитие локального музыкального рынка	Поддержка выступающих музыкантов; обеспечение более широкого распространения музыки современных американских композиторов.	от $1 000 до $20 000 (на 1 проект)

Лос-Анджелес

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Федеральные гранты от National Endowment for the Arts (NEA)	Финансовая	Развитие искусств и поддержка творческих профессий во всех штатах США	Программы NEA – крупнейший государственный филантропический инструмент поддержки искусств в США. Гранты предназначаются как отдельным артистам (коллективам) на реализацию конкретных художественных проектов, так и некоммерческим организациям на ведение системной деятельности по развитию креативных индустрий и бизнесов, реализацию проектов для местных сообществ, нуждающихся групп населения и т.п. Для музыкальных коллективов есть гранты на создание произведений, проведение гастролей в других штатах, постановку сложного шоу, организацию выступлений, фестивалей и концертов	$10 000 + (на 1 артиста/ организацию)
Центр культурных инноваций в Калифорнии	Финансовая	Развитие инновационных, эксперименталь-ных и неклассических форм искусства	Грантовый портфель ориентирован на индивидуальных арт-деятелей и на проектные группы (также организации), находящихся в состоянии развития и эксперимента, работающих с нетрадиционным контентом (арт и сайенс), инновационными методиками, новыми медиумами.	от $10 000 (на 1 артиста/ организацию)

Денис Бояринов

Музыкальный критик

Экспортные перспективы российских музыкантов довольно туманные.

На европейском и американском рынке очень высокая конкуренция, поэтому российским артистам сложно пробиться, хотя **благодаря интернету такие прецеденты случаются**.

Например, у группы **ICЗPEAK**, которых в России узнали не так давно, в Америке фан-база вполне сопоставима по численности с российской.

Так как **в США музыканты за прослушивания получают больше денег**, чем в России, следовательно они зарабатывают больше там.

Лондон

Интересные факты

Около **70** студий звукозаписи

Около **800** музыкальных площадок

Ежегодно в Лондоне проводится более **22 000 музыкальных представлений**

В 2019 г. **4,1 млн туристов** приехали в Лондон на музыкальные концерты и фестивали в 2019 г. и потратили **1,5 млрд фунтов стерлингов**

Лондон – крупный международный центр популярной музыки и культуры, является домом для многих ведущих звукозаписывающих компаний, а также всемирно известных музыкальных площадок, таких как Royal Albert Hall, Wembley Arena, Ronnie Scotts и Abbey Road Studios.

В 2017 г. Лондон был назван столицей живой музыки в мире (11 923 концерта), опередив Нью-Йорк и Лос-Анджелес, демонстрируя тем самым, что Лондон действительно является местом, где существуют возможности для музыкантов, художников и музыкальных предпринимателей.

Длинный список успешных лондонских фестивалей включает Lovebox, Wireless и Field Day, а также концерты British Summer Time в Гайд-парке.

По оценкам Союза музыкантов до 44% работающих британских музыкантов базируются в столице. Лондон также долгое время был важным центром исполнения и записи популярной музыки, особенно рока.

Источники: Britannica World Cities Culture Forum Official website of Mayor of London The Institute of Contemporary Music Performance

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
The Musician Union	Финансовая	Страховая и финансовая поддержка музыкантов (продакшн, инструменты, правовые аспекты, авторские права), — решение проблем с юридической неподкованностью артистов	Страхование и финансовая помощь; гранты; экспертное юридическое сопровождение; развитие карьеры в сообществе музыкантов; проведение кампаний и лоббирование.	до 125 тыс. фунтов (на 1 организацию)
The Open Fund for Music Creators	Финансовая	Финансовая поддержка музыкальных проектов для реализации — решение проблемы безработицы	Поддерживают проекты авторов песен, композиторов или артистов, групп, продюсеров и исполнителей, которые пишут свою собственную музыку или заказывают других	до 5 тыс. фунтов (на 1 артиста/ группу)
The International Showcase Fund (ISF)	Финансовая	Финансовая поддержка гастролей	Экспортная поддержка британским артистам, группам, авторам песен и продюсерам, которые были приглашены исполнять или создавать новую музыку на международных показательных фестивалях или конференциях.	4,5 тыс. фунтов (на 1 артиста/ группу)
Creative Industry tax reliefs for Corporation Tax	Финансовая	Освобождает от налогов или сокращает их по определенным видам деятельности	Налоговые льготы для креативной индустрии — это группа из 8 налоговых льгот для корпораций, которые позволяют компаниям, отвечающим требованиям, увеличить объем допустимых расходов. Это может уменьшить сумму корпоративного налога, который компания должна заплатить.	--

Вена

Интересные факты

10 000
любителей музыки, каждый вечер слушают живые выступления классической музыки в Вене

Около **2,5 тыс.**
музыкальных представлений проходят в Вене ежегодно

300 выступлений в год
проходят в Венской государственной опере

Исторически Вена является центром классической музыки, однако современная музыкальная сцена города не отстаёт в развитии от других европейских городов.

В Вене развиты все жанры, однако наиболее известными в мире является локальная этническая музыка – йодль, и электронная сцена.

Вену прославили такие современные музыканты как Kruder & Dorfmeister и Bernhard Fleischmann. Также в Вене в 90-х зародилось движение тяжелого рока Neue Deutsche Härte.

Сегодня музыкальное наследие Вены имеет международное признание. По данным на 2020 год в Вене расположено около 120 музыкальных и театральных сцен, а Новогодний концерт Венской филармонии смотрят 50 миллионов телезрителей в 70 странах каждый год.

Источники: ВШЭ Сайт Мэра Москвы Культура.РФ РБК

Городская администрация старается максимально популяризировать музыку, поэтому проводит как масштабные филармонические фестивали, так и фестивали актуальной музыки, такие как Sommerkonzert, Wien Modern, Sound:frame, Donaukanaltreiben Festival – один из самых больших в Европе.

Вена также является центром альтернативной музыки. «Арена», основанный в 70-х годах в заброшенной бойне, сегодня проводит концерты, акции солидарности, клубы, вечеринки, мероприятия, фестивали. Громкие имена, концерты и история этого места сделали его одной из главных музыкальных площадок Австрии.

Электронная музыка Вены давно признана мировым классом. Помимо выступлений и лейблов, венские клубы также пользуются международной репутацией (например, Flex, Pratersauna, Grelle Forelle).

Интересные факты

950 000 человек
ежегодно посещают фестиваль музыкальных фильмов на Ратушной площади - крупнейший в Европе фестиваль культуры и кулинарии в Вене

Более 3000
песен написано о городе Вене

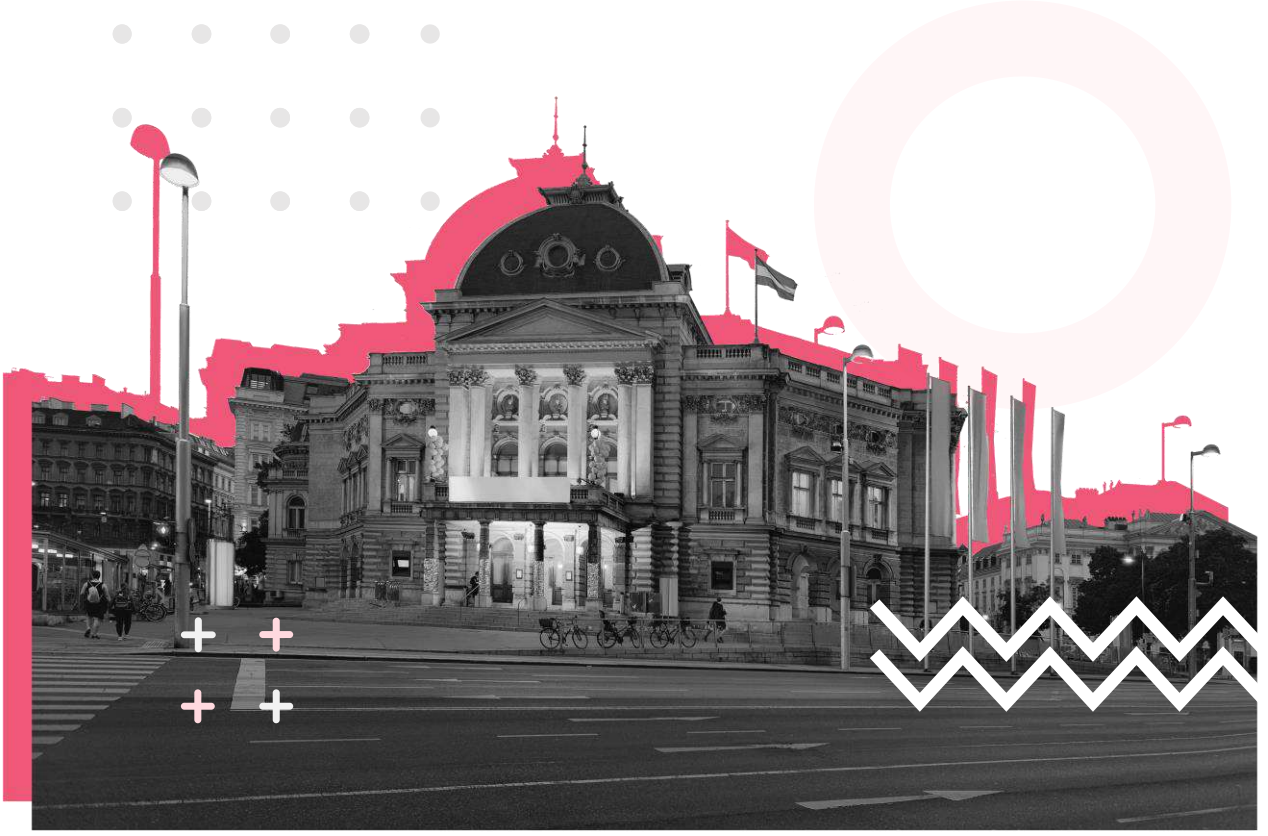
Источники: ВШЭ Сайт Мэра Москвы Культура.РФ РБК

Вена

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Программа экспорта австрийской музыки	Финансовая	Стимулирование гастролей и концертов для начинающих музыкантов	1) Программа Focus Acts способствует международному развитию молодых местных артистов. Финансирование поездок в размере до 5000 евро для международных туров. 2) Финансирование командировочных расходов, расходов на рекламу и т.д. в размере не более 1000 евро (безвозвратно) в сотрудничестве с Федеральной экономической палатой Австрии.	до €5 000 (на 1 артиста/ группу)
Программа Kultursommer	Финансовая	Стимулирование создания широкого разнообразия мероприятий в городе	Kultursommer – проект поддержки венских музыкальных событий. Город спонсирует 6,3 миллиона евро.	€6,3 млн (общая сумма гранта)
Субсидии от Министерства искусства, культуры, государственной службы и спорта Австрии	Финансовая	Поддержка независимых организаций - возможность лучшего продакшена и увеличения гонораров, стимулирование развития менеджмент организаций в рынке	Продвижение австрийских организаторов концертов, оркестров, музыкальных ансамблей и музыкальных театров. Частичное финансирование художественной программы.	--
Гранты Австрийского музыкального фонда	Финансовая	Поддержка и стимулирование создание ауди-визуального контента исполнителями	Гранты направлены на создание музыкальных произведений на звуковых носителях или других аудиовизуальных носителях или музыкальных произведений для использования в новых СМИ.	Гранты на музыкальные видео до €5 000, на маркетинг до €3 000. (на 1 артиста/ группу) Финансируется до 50% затрат.

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Грант от Министерства искусства, культуры, государственной службы и спорта Австрии	Финансовая	Стимулирует создание новых произведений, создает гос. заказы, тем самым сокращает безработицу	Популяризация деятельности композиторов за счет стипендиальной поддержки талантов.	До 20 стипендий в год по €16 800 каждая (ежемесячно €1 400, 12 месяцев)
Начальная стипендия в области музыки и исполнительского искусства от Министерства искусства, культуры, государственной службы и спорта Австрии	Финансовая	Поддержка студентов — решает проблему выхода для молодых исполнителей на сцену	Признание и поддержка творчества молодых музыкантов; служит художественному развитию и выходу на австрийскую и международную художественную сцену.	До 35 стипендий в размере €8 400 в год



Рим

Интересные факты

Выручка от живых музыкальных выступлений в 2019 году составила
€7,06 млн

424 000 человек
посетили музыкальные представления в Риме в 2019 году

В Риме
10 концерт-холлов

В 2018 году в городе было
120 площадок с живой музыкой

Музыка для Рима является важной частью культуры. Здесь каждый может найти что-то для себя: от классической оперы до джаза, от модных площадок до концертов в древнеримских амфитеатрах.

После победы в 2021 году на Евровидении группы Maneskin итальянская музыка находится в топах всех мировых чартов. Но и на протяжении второй половины 20 века, и до сих пор, итальянская массовая музыка популярна не только в Италии.

Помимо постоянных площадок с живой музыкой, в Риме также проходит множество сезонных фестивалей, посвященных музыке.

Один из самых известных фестивалей Рима – The Festa della Musica. Этот долгожданный музыкальный фестиваль проводится с 1985 года и привлекает музыкантов со всей страны. На один день город превращается в большую музыкальную площадку. Музыканты играют на площадях, в парках и на площадях. В 2019 году на этом фестивале было представлено более 500 выступлений, в которых приняли участие 4800 артистов.

Источники: ВШЭ Сайт Мэра Москвы Культура.РФ РБК

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Italia Music Export's	Информаци-онная и финансовая	Языковой барьер, неизвестность исполнителей за рубежном, трудности в выходе на международный рынок	Italia Music Export — сервисный и ресурсный центр для экспортеров итальянской музыки. Основных направлений деятельности: PR-активность, содействие участию итальянских артистов, лейблов в международных мероприятиях, информационная и правовая поддержка, финансирование и поддержку поездок для экспортной деятельности.	--
Rome Area Council for the Arts	Финансовая	Поддержка проектов искусств, стимулирующих социальное, экономическое развитие региона	Гранты предоставляются некоммерческим организациям на реализацию разнообразных проектов (в том числе музыкальных)	$100 - $1 000 на проект; $1 001 - $2 500 на совмест-ные проект

Сеул

Интересные факты

Около 7,3 тыс. музыкальных представлений проходит здесь ежегодно

Фестиваль Fringe ежегодно посещают **1,32 млн человек**

Сеул выступает в качестве центра культуры и развлечений. Развитие музыкальной культуры стало отправной точкой к созданию крупных культурных центров в городе.

Всего в Сеуле проживает около 70 000 художников и музыкантов. Несмотря на то, что количество артистов невелико по сравнению с общей численностью населения, индустрия популярной музыки во многом определяет культуру города из-за его экономического и социального развития.

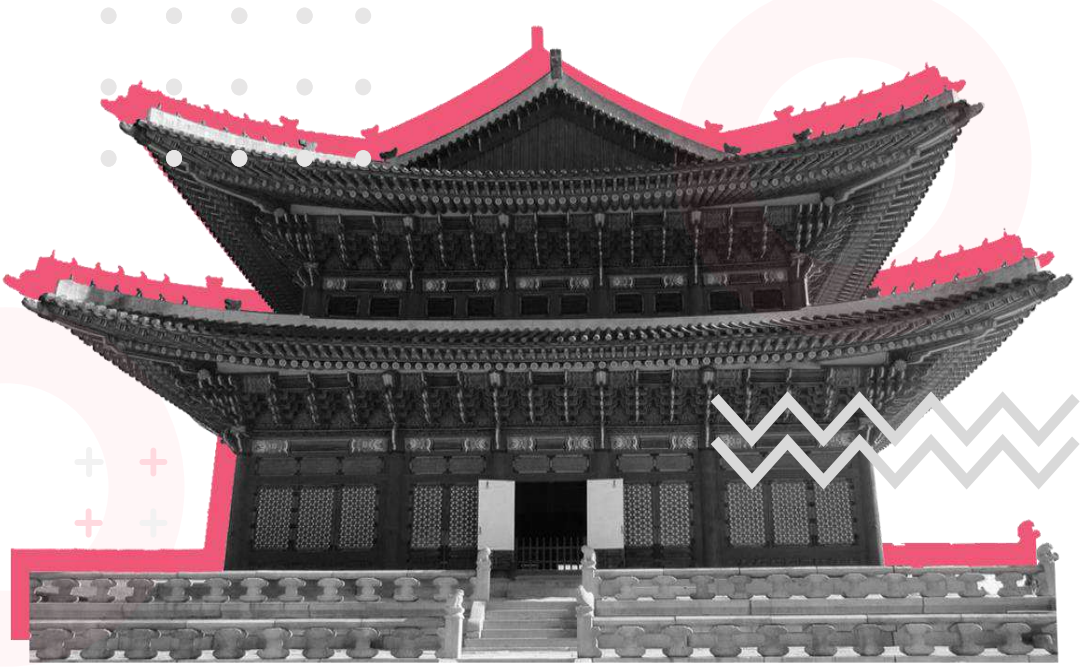
Развитие музыкальной индустрии включено в стратегический политический план Кореи. Глобальный план музыкального города был разработан, чтобы поделиться музыкой города с туристами, развивать индустрию живых концертов и сделать Сеул лучшим музыкальным городом Азии.

Современная музыка Кореи – это, прежде всего, жанр K-pop. Западная музыка стала широко распространяться по всей стране, и музыканты начали экспериментировать с ее смешением с корейской музыкальной сценой. Крупнейшим потребителем корейской поп-музыки является Япония: данный жанр составляет 8% от её музыкального рынка, и эта доля растёт.

Источники: Korea Arts Management Service World Cities Culture Forum Official Website of the Seoul Metropolitan Government

Меры поддержки

Наименование	Тип поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Seoul city grants	Финансовый	COVID	Столичное правительство Сеула выделяет «Стабилизационный фонд средств к существованию артистов» (поддержка в случае стихийного бедствия) артистам, испытывающим трудности с заработком из-за COVID.	$5 500 – $12 900 (на 1 артиста/ организацию)
Поддержка от Министерства культуры, спорта и туризма Южной Кореи	Финансовый	Продвижение национального музыкального продукта	Финансирование фестиваля K-CULTURE, церемонии награждения, конференции, выступлений артистов.	9,2 млрд вон (~$7,2 млн) (общая сумма гранта)
Korea Popular Culture and Arts	Нефинансо-вый	Поощрение музыкальных исполнителей и авторов, популяризация музыкальной культуры среди населения	Премия присуждается ежегодно певцам, исполнителям, авторам музыкальных текстов и произведений в жанре поп-музыки и других жанров. Самая престижная музыкальная награда Кореи.	--



Никита Данилов

Генеральный директор НФМИ (Национальная федерация музыкальных индустрий)

Хорошая тенденция, когда **государство поддерживает российского производителя контента**.

Это позволяет компаниям, которые работают в креативных индустриях, **больше инвестировать в производство и развитие отечественного контента**.

Музыкальный бизнес много инвестирует в развитие российских музыкальных групп и в развитие российских талантов — это довольно существенные суммы инвестиций.

Чем больше государство даст мер поддержки музыкальной индустрии, тем больше освободившихся средств музыкальные компании смогут **инвестировать в развитие отечественного контента и в российских исполнителей.**

Лучшие мировые практики мер поддержки

Среди значимых мер поддержки, реализуемых в других городах и странах, необходимо отметить комплексные программы, направленные на всестороннюю поддержку создателей музыкального контента: от субсидирования ежедневных расходов для профессионалов в сложной финансовой ситуации до финансирования создания музыки и реализации междисциплинарных международных проектов.

Название	Тип меры поддержки	Какую проблему решает	Описание меры	Сумма гранта
Creative Europe (Culture strand)	Финансовая	Сложность финансирования комплексных международных проектов, или национальных проектов с глобальным импактом	Программа Евросоюза и Великобритании предусматривает финансирование различных культурных проектов, направленных на международную кооперацию. Ключевое условие программы – обязательное наличие партнеров в нескольких странах/городах. Адресаты – все направления креативных индустрий по классификации UNCTAD.	Сумма выделяемого финансирования зависимости от проекта Рамки бюджетов проектов не определены Общий объем фонда €2,44 млрд
Music Cities	Информа-ционная	Отсутствие единого международного музыкального сообщества, затрудненный обмен опытом и лучшими практиками	Инициатива, основанная в Лондоне, распространяется на весь мир. Платформа Music Cities предоставляет площадку для общения профессионалам музыкальной индустрии, проводит исследования и форумы для обмена опытом, создает базу знаний онлайн.	--
The Musician Support Fund by Music Society of Singapore (SGMUSO)	Финансовая	Финансовая поддержка гастролей	Экспортная поддержка британским артистам, группам, авторам песен и продюсерам, которые были приглашены исполнять или создавать новую музыку на международных показательных фестивалях или конференциях.	4,5 тыс. фунтов (на 1 артиста/ организацию)
Initiative Musik	Финансовая	Формирование музыкального бренда страны, развитие экспортного потенциала культуры	Программа запущена в Германии и поддерживает музыкантов в реализации их международных проектов и организации выступлений за рубежом, в том числе с собственными проектами WUNDERBAR и GERMAN HAUS.	--

5. Анализ рисков московского музыкального рынка

Татьяна Андрианова

Арт-директор бара «Стрелка», организатор концертов

«Каким бы ни был ваш проект, независимым или со сторонними инвестициями, **всегда есть множество рисков**, связанных с бесконечными проверками и контролем.

В этой индустрии вы всегда **в ситуации непредсказуемости**.»

Анализ глобальных рисков для развития московского музыкального рынка

Российская музыкальная индустрия подвержена ряду рисков, характерных для культурной сферы и рынков, основу которых составляет интеллектуальная собственность.

Особенности потребления контента в России – распространенность пиратства, большая доля серой зоны рынка и ограниченный объем платежеспособной аудитории – усложняют процесс монетизации музыки и выстраивания устойчивых бизнес-моделей.

Кроме того, концентрация рыночной власти в руках немногих крупных игроков, закрытой информации об издержках и заработках между участниками рынка способствует уязвимому финансовому положению непосредственно создателей музыкального контента, которое не компенсируется государственными мерами поддержки.

1. Глобальные риски

Финансовые

- Нестабильность постпандемийной экономики
- Санкционное давление и ограничения
- Неустойчивый курс рубля
- Инвестиционная непривлекательность отрасли
- Отсутствие комплексных программ государственной поддержки отрасли
- Сохранение «серой» зоны рынка

Не финансовые

Системные

- Музыкальный рынок не консолидирован
- Отсутствие государственной и регуляторной поддержки
- Отсутствие системы экспорта талантов и музыкальных продуктов на внешние рынки
- Отсутствие статистики и информации по индустрии
- Низкий уровень менеджмента артистов

Структурные

- **Диспропорция рынка** в Москве сосредоточены все крупные игроки и основная денежная масса
- **Диспропорция доходов отрасли** 80% доходов – концертная деятельность (до пандемии)

Геополитические

- Геополитическая нестабильность в мире
- Зависимость рынка РФ от глобальных игроков
- Ограниченность внешних рынков для экспорта

Анализ рисков отдельных сегментов московского музыкального рынка

2. Риски по сегментам рынка

Музыкальные площадки

- Ограничения и приостановка деятельности из-за пандемии
- Отсутствие органа коммуникации между площадками, продюсерами и властями
- Действия органов правопорядка по проверкам и закрытию площадок, штрафные санкции от контролирующих органов
- Низкий уровень качества менеджмента на старте/открытии новых площадок

Промоутеры

- Невозможность долгосрочно и среднесрочно планировать мероприятия в связи с пандемией и ограничительными мерами (горизонт планирования в среднем 2 недели)
- Отсутствие гастролей зарубежных артистов и сборов из-за пандемийных и санкционных ограничений
- Ограничения по вместимости площадок в Москве (нет больших и средних > 500 чел.)
- Агрессивные действия силовых органов по проверкам и закрытию площадок, необоснованные штрафные санкции
- Восприятие органами правопорядка молодежных мероприятий в качестве «нелегальных» и «противозаконных»

Артисты и продюсеры

- Снижение доходов от концертной деятельности из-за пандемийных ограничений
- Отсутствие поддержки со стороны властей в период пандемии
- Низкий уровень квалификации менеджмента артистов
- Низкий уровень правовой информированности и защиты артистов
- Низкий уровень понимания принципов работы с РИД[1], защиты IP[2]
- Отсутствие понятного формата оформления трудоустройства артиста

Лейблы (мейджоры и независимые)

- Отсутствие общероссийского чарта исполнителей и песен
- Непрозрачность (либо сложная система) статистики стриминговых платформ
- Низкие отчисления от стриминговых платформ
- Сохранение пиратского рынка

Агрегаторы и стриминговые платформы

- Отсутствие привычки оплачивать контент у аудитории 35+
- Возрастной разрыв между потребителями стриминговых платформ (мало аудитории 35+)
- Низкий уровень квалификации менеджмента артистов

Фестивали

- Отсутствие инструментов поддержки фестивалей государством
- Высокий уровень бюрократизации любой поддержки (грантов)
- Ограничения по вместимости площадок в Москве (нет больших и средних > 500 чел.)

1 РИД – результат интеллектуальной деятельности
2 IP – интеллектуальная собственность (Intellectual Property)

Российский рынок музыки ожидает реакции компаний и потребителей в новых внешнеполитических реалиях

Политическая нестабильность обострила взаимоотношения между странами и в сфере культуры.

По состоянию на март 2022 года «большая тройка» музыкальных корпораций: Universal Music, Sony Music и Warner Music, – объявили о приостановке деятельности, а организаторы международных концертов отечественных исполнителей, как и российские артисты, работающие за рубежом, столкнулись с разного рода сложностями, начиная от снижения спроса, заканчивая полной приостановкой деятельности, увольнением и отменой концертов[1].

Лейблы

- Падение доходов от артистов
- Отмена релизов
- Приостановка продвижения артистов
- Сокращение рекламных каналов

Артисты и продюсеры

- Падение доходов от концертов
- Приостановка работы мейджоров
- Приостановка выплат от стриминговых сервисов (зарубежных, либо использующих зарубежные платежные системы)

Промоутеры

- Отмена концертов из-за позиции артистов
- Отмена концертов из-за нестабильного курса рубля
- Падение доходов

Основной сегмент, ощутивший последствия санкций и бойкота российской культуры – концертная деятельность. Практически все концерты зарубежных музыкантов отменены минимум на полгода, промоутеры, работающие с европейскими и американскими артистами, находятся под риском прекращения деятельности и банкротства.

Отечественные музыканты также испытывают сложности с организацией концертов за рубежом даже в дружественных странах в связи с проблемами с логистикой и подорожанием расходов на проведение концертов.

1 Подробную информацию в разрезе компании см. Приложение

Также проблемой является взаимодействие с международными агрегаторами, работающими в России и с российскими исполнителями (Believe и Orchard): часть платежных систем приостановила выплаты авторских отчислений российским гражданам за стриминг.

Наконец, отказ отдельных производителей музыкального и звукового оборудования, а также разработчиков музыкального ПО поставлять товары и услуги в Россию повлекут за собой определенные сложности для производителей музыкального контента и звукозаписывающих студий.

Агрегаторы и стриминговые платформы

- Уход зарубежных конкурентов (потенциальный)
- Пересмотр долей рынка между отечественными игроками
- Возможный отказ зарубежных лейблов и артистов от сотрудничества

В 2022 году некоторые компании приняли решение приостановке деятельности или об уходе с рынка РФ

6,2 млрд руб.
в 2020 году

Warner Music Group

7%[1]

2,2[2] млрд руб.

Приостанавливает деятельность в России, включая инвестиции и разработку проектов, рекламную и маркетинговую деятельность, а также производство всех физических продуктов

«Мы будем продолжать выполнять наши согласованные обязательства перед нашими людьми, артистами и авторами песен, насколько это возможно, по мере развития ситуации.
Мы по-прежнему привержены поддержке усилий по оказанию гуманитарной помощи в регионе.»

Universal Music

5%[1]

1,7[2] млрд руб.

Приостанавливает все бизнес-операции в России и закрывает свои офисы

Sony Music Group

5%[1]

1,7[2] млрд руб.

Приостанавливает операции в России и продолжает поддержку глобальных усилий по оказанию гуманитарной помощи нуждающимся

Сотрудники компании будут продолжать получать зарплату в течение неопределенного времени; ситуация с артистами в процессе проработки.

Spotify

2%[1]

0,5[2] млрд руб.

С 11 апреля 2022 года Spotify прекратил деятельность в России и приостановил действие аккаунтов, оформленных в регионе «Россия».

1 Доля от общей выручки московского рынка по анализу ТеДо за 2020 г.
2 Абсолютное значение выручки компании по данным СПАРК за 2020 г.

6. Анализ мер поддержки московского музыкального рынка

Денис Бояринов
Музыкальный критик

Со стороны восприятия музыкантов государством **остаётся проблема отсутствия признания, что ты музыкант – а значит не бездельник, а занят ценным делом** – с культурным и экономическим выхлопом.

Существующие меры поддержки

Меры поддержки, доступные участникам музыкального рынка Москвы, являются в основном монетарными и представляют собой либо гранты, направленные на реализацию проектов, либо премии, поощряющие выдающихся артистов. Большинство мер поддержки реализуются на федеральном уровне, в одинаковой степени они предназначенные для разных сфер искусства и культуры. Это же касается и городских мер поддержки.

Грантовая поддержка

Федеральный уровень

Название	Организация	Средняя сумма гранта (руб.) [1]	Кто может претендовать
Конкурс на предоставление грантов Президента РФ на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий	Президентский фонд культурных инициатив	2 206 360	Негосударственные некоммерческие организации, муниципальные учреждения, коммерческие организации и индивидуальные предприниматели
Конкурс на предоставление грантов Президента РФ на развитие гражданского общества	Фонд президентских грантов	2 077 755	Некоммерческие неправительственные организации
Конкурс на предоставление грантов некоммерческим организациям в рамках национального проекта «Культура»	Российский фонд культуры и Министерство культуры РФ	1 965 598	Некоммерческие организации
Конкурсный отбор проектов в целях предоставления грантов, реализуемых в рамках проведения Российско-Финляндского культурного форума		500 000	Организации, являющиеся частью подтвержденной партнерской пары Российско-Финляндского культурного форума
Конкурс на предоставление грантов некоммерческим организациям в рамках федерального проекта «Творческие люди» национального проекта «Культура»		--	Некоммерческие организации
Грант Президента РФ для поддержки творческих проектов общенационального значения в области культуры и искусства	Министерство культуры РФ и Администрация Президента РФ	1 000 000	Физические лица

Мера поддержки часто упоминалась экспертами и характеризовалась как эффективная

1 В отсутствии открытой информации о средней сумме гранта приводимая сумма рассчитывалась как средняя по итогам конкурсов 2019-2021 гг.

Гранты и премии

Городской уровень

Название	Организация	Средняя сумма гранта (руб.) [1]	Кто может претендовать
Гранты Мэра Москвы в сфере культуры и искусства	Правительство Москвы	100 000	Учащиеся творческих колледжей и школ (в том числе коллективы)
Гранты Мэра Москвы (в номинации «Творческая Москва» для проектов, направленных на поддержку музыкальной индустрии и молодых композиторов, музыкантов, исполнителей города Москвы)	Правительство Москвы	2 500 000	Некоммерческие организации
Московская Арт премия (номинация Музыка)	Правительство Москвы	2 000 000	Физические и юридические лица
Субсидии на онлайн-продвижение [1]	Департамент предпринима-тельства и инновационного развития города Москвы	до 700 000	Компании и ИП
Субсидии на покупку и лизинг оборудования, оплату ЖКХ [1]	Департамент предпринима-тельства и инновационного развития города Москвы	до 35% стоимости оборудования и 70% цены услуг ЖКХ	Компании и ИП
Субсидии на образование сотрудников [1]	Департамент предпринима-тельства и инновационного развития города Москвы	до 95% от стоимости	Компании и ИП
Льготная аренда городских помещений [1]	Департамент предпринима-тельства и инновационного развития города Москвы	арендная ставка от 5 000 руб./кв.	Компании и ИП
Гранты по созданию импортозамещающего производства [1]	Правительство города Москвы	компенсация до 50% от суммы затрат на покупку недвижимости, приобретение ПО, средств производства, РИД	Компании и ИП (обязаны быть участниками Московского инновационного кластера)

1 Меры предназначены для широкого круга малых и средних предпринимателей всех секторов экономики

Существующие меры поддержки

Гранты и резиденции

Частные и общественные инициативы

Название	Организация	Средняя сумма гранта (руб.) [1]	Кто может претендовать
Грант на создание музыкальной пьесы	Союз композиторов РФ и Дом творчества Переделкино	50 000	Физические лица
Программа по созданию и продвижению новых сочинений российских композиторов «Ноты и квоты»	Союз композиторов РФ и Министерство культуры РФ	от 200 000 до 800 000	Композиторы (члены Союза композиторов РФ)
Гранты «ВКонтакте» для проектов культуры	ВКонтакте	от 100 000 до 1 млн	Учреждения культуры и культурные проекты
Клуб друзей «Сводов» и программа ColLab	Фонд VAC	доступ к техническим ресурсам пространства и компенсация материалов	Физические лица с высшим или средним специальное профильным образованием либо с опытом работы от 3 лет
Программы резиденций «Своими словами: резиденция для нового поколения художниц»	Фонд VAC	ежемесячная стипендия и бюджет для производства работ	Российские художницы, которые используют в своей практике междисциплинарный подход в театре, музыке и танце
Премия им. Сергея Курехина	Центр современного искусства имени Сергея Курехина	до 250 000	Музыканты, междисциплинарные художники
Гранты шоукейс-фестиваля New/Open	Шоу-кейс фестиваль актуальной музыки New/Open	до 600 000	Музыканты в возрасте от 18 до 35 лет

Участники рынка в целом оценивают положительно **наличие грантовых конкурсов и премий**, однако одновременно отмечают **высокие бюрократические барьеры** при оформлении заявок на конкурсы, расходовании средство по грантам (субсидиям), подготовке отчетности.
Частные инициативы по поддержке музыкантов **малочисленны и направлены на искусства в целом.**

Меры поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемые правительством Москвы, в свою очередь, не учитывают сложившиеся практики организации бизнеса в музыкальной индустрии (например, отсутствие штата сотрудников у ИП, или оформление бизнеса по смежным или «немузыкальным» ОКВЭД) и не находят востребованности у представителей отрасли.

Мера поддержки часто упоминалась экспертами и характеризовалась как эффективная

Проекты и коллаборации

Международные институции

Организация	Основные направления	Поддержанные проекты
Отдел культуры и образования Посольства Великобритании в Москве (до 2018 года деятельность велась Британским Советом)	Образовательные программы, финансирование культурных и образовательных проектов, организация музыкальных мероприятий и гастролей британских исполнителей	Фестиваль «Inversia», Симпозиум «New Elements», форум UK-Russia Creative Bridge, выступления концертов в С.-Петербургской и Свердловской филармониях
Венгерский культурный центр	Обеспечение участия венгерских исполнителей в российских мероприятиях	Moscow Music Week, фестиваль «Inversia», лекторий Con Spirito
Фонд Про Гельвеция	Организация арт-резиденций в Швейцарии, финансирование культурных проектов	Фестиваль «Inversia», фестиваль «reMusik.org», Международная академия молодых композиторов в Чайковском
Французский институт при Посольстве Франции в России	Обеспечение участия французских исполнителей в российских мероприятиях, организационная и финансовая поддержка культурных проектов	Международный фестиваль VIVACELLO, фестиваль вокальной музыки «Опера Априори», фестиваль «Диалог муз», DELTA (эпилог фестиваля GAMMA), фестиваль «Новый Европейский Театр» (NET)
Гете-институт	Обеспечение участия немецких исполнителей в российских мероприятиях, организационная и финансовая поддержка культурных проектов, грантовая поддержка мобильности российских артистов	Симпозиум «New Elements», фестиваль «Новый Европейский Театр» (NET), Фестиваль «Джаз осенью»
Австрийский культурный форум	Обеспечение участия австрийских исполнителей в российских мероприятиях и поддержка проектов, популяризирующих австрийскую музыку	Симпозиум «New Elements», постановка оперы В. А. Моцарта «Каирский гусь» (РАМ имени Гнесиных)

Эксперты отмечают эффективность работы так называемых «экспортных центров» - международных институций, занимающихся продвижением культуры своих стран. Все эксперты считают необходимым создание подобной организации в России, которая могла бы формировать культурную повестку за рубежом, организовывать гастроли, концертные и фестивальные мероприятия, поддерживать коллаборации.

Институция часто упоминалась экспертами, ее деятельность характеризовалась как эффективная

Правильно было бы ставить прозрачные ограничения [на массовые мероприятия в COVID-19] и обсуждать это с индустрией, а в дополнение поддерживать.

А пока это странно: давайте мы сначала будем вас штрафовать на миллион, а потом на миллион вас поддержим.

Артем Акимов

Промоутер, продюсер фестивалей Moscow Music Week, AWAZ и Signal

Существующие меры поддержки

Премии

Размер премиального вознаграждения для музыкантов варьируется от 100 тыс. до 2 млн рублей. Отдельные премии немонетарные и направлены на поддержку ресурсами (экспертиза, коучинг, продвижение).

Федеральный уровень

Название	Организация	Средняя сумма гранта (руб.)	Кто может претендовать
Russian Creative Awards	Администрация Президента РФ	Без денежного вознаграждения	физические лица, номинированные профессиональными организациями
Премия «Культура онлайн»	Российский фонд культуры и Министерство культуры РФ	Без денежного вознаграждения	физические лица и организации всех форм собственности

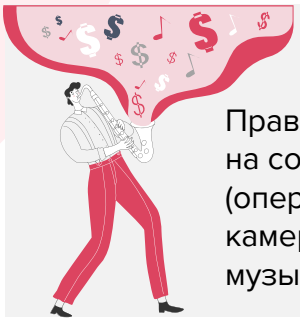
Городской уровень

Московская Арт Премия	Правительство Москвы	2 000 000	физическое лицо или юридическое лицо

Частные инициативы

Jager Music Awards	ЗАО «РУСТ ИНК»	100 000	физические лица

Дополнительные меры поддержки отдельных сегментов

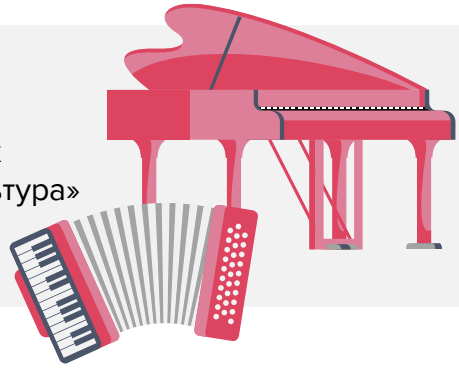


Профессиональный налоговый вычет[1]

Право на получение профессиональных налоговых вычетов 25-40% на создание музыкальных произведений: музыкально-сценических (опер, балетов, музыкальных комедий), симфонических, хоровых, камерных, произведений для духового оркестра, оригинальной музыки для кино-, теле- и видеофильмов и театральных постановок.

Поддержка производителей музыкальных инструментов и звукового оборудования

Программа поддержки производителей музыкальных инструментов в рамках Национального проекта «Культура» гарантирует закупку отечественных музыкальных инструментов в детские школы искусств и училища.



1 Налоговый кодекс РФ: Статья 333.35. Льготы для отдельных категорий физических лиц и организаций, пп 1, параграф 9.1)

Благодарности и команда проекта.

Благодарности

Мы искренне признательны нашему партнеру и экспертам за их ценный вклад в подготовку исследования музыкального рынка Москвы, а также за возможность уделить нам свое время, поделиться идеями и опытом и за помощь в сборе необходимой информации.

Партнеры проекта

бюро креативных практик K22

Технологии Доверия

Приглашенные эксперты

Акимов Артем	Генеральный продюсер Moscow Music Week 2019-2020, промоутер
Алгоритмик Андрей	Основатель клуба Powerhouse, промоутер
Андрианова Татьяна	Арт-директор, куратор музыкальной программы Стрелка
Бояринов Денис	Музыкальный критик
Данилов Никита	Генеральный директор Национальной федерации музыкальных индустрий (НФМИ)
Дедюхин Владимир	Представитель России в Европейской Ассоциации артистических агентств (Европейский союз)
Коннов Дмитрий	Управляющий партнер Zvonko Group
Маркварт Александр	Саунд-продюсер, со-основатель площадки Petersburg Art Space Berlin (Германия)
Мартич Петар	Музыкант
Минин Михаил	Генеральный директор MTC Entertainment
Панов Дмитрий	Директор Moscow music school
Перушев Данил	Управляющий директор Институт музыкальных инициатив (ИМИ)
Полевская Оксана	Исполнительный директор РО Москва KASSIR.RU
Смекалин Илья	Владелец магазина винила DIG Store
Тарнопольский Владислав	Музыковед, музыкальный журналист
Caesar Ivarsson	Основатель и владелец LMH Records, сонграйтер (Швеция)
Karla Delgadillo	Промоутер, совладелица компании и клуба ACK (Мексика)
Matthew Hardy	Дирижер, художественный директор East London Music Group (Великобритания)

Команда исследования

АНО «Агентство креативных инициатив»

Гюльнара Агамова

Генеральных директор
АНО «АКИ»

agamova@moscow-creative.ru

Алексей Барышников

Заместитель генерального директора по работе с индустриями, аналитике, цифровизации и коммуникациям

ab@moscow-creative.ru

Мария Медведева

Главный аналитик управления информационно-аналитической работы
АНО «АКИ»

mm@moscow-creative.ru

Дмитрий Селин

Главный специалист управления продвижения видео и аудио контента
АНО «АКИ»

ds@moscow-creative.ru

бюро креативных практик К22

Бюро креативных практик К22

Денис Щукин

Директор фонда «Креативные практики»

denis@calvertforum.org

Дмитрий Гусев

Руководитель проектов «Бюро креативных практик К22»

gusev@roslink-net.ru

Технологии доверия

Технологии Доверия

Михаил Магрилов

Партнёр, руководитель практики по оказанию услуг государственным органам и общественному сектору ТеДо

mikhail.magrilov@tedo.ru

Николай Ланцев

Директор, практика по оказанию услуг государственным органам и общественному сектору ТеДо

nikolay.lantsev@tedo.ru

Оксана Кулакова

Старший менеджер, практика по оказанию услуг государственным органам и общественному сектору ТеДо

oksana.kulakova@tedo.ru

В проведении исследования и подготовке отчета также принимали участие

Технологии доверия:

Надежда Шакарова
Владимир Кулаков
Алексей Рожков
Екатерина Арехина

Бюро креативных практик К22:

Полина Безрукова
Карина Васильева

«Технологии Доверия» (www.tedo.ru) предоставляет аудиторские и консультационные услуги компаниям разных отраслей.
В офисах «Технологий Доверия» в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Воронеже, Владикавказе, Перми и Нижнем Новгороде работают 3 700 специалистов.
Мы используем свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса.