

5. FILM A HUDBA

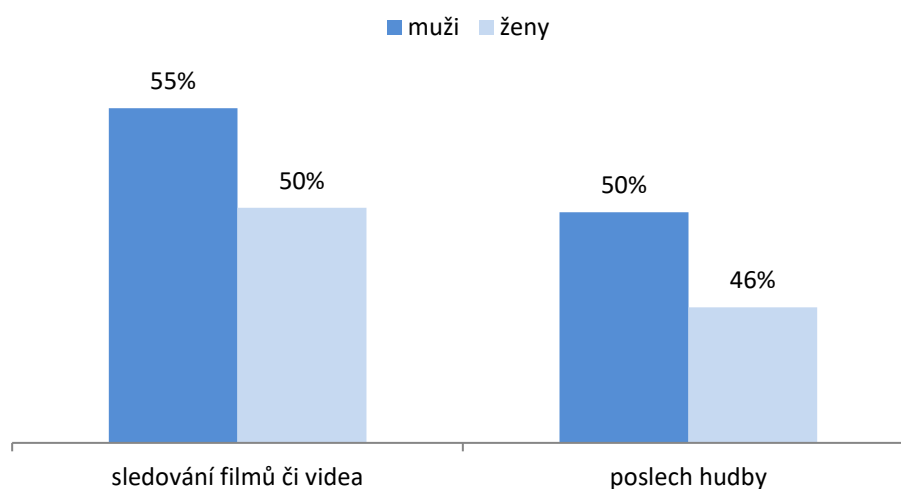
Hudební nosič CD, který na konci minulého století započal digitální revoluci v hudebním průmyslu, oslavil v roce 2020 již 41 let působení na trhu. Fyzické nosiče jsou však na začátku druhé dekády pomalu nahrazovány digitálními platformami a stávají se fenoménem pro zapálenější hudební fanoušky. Ti spíše než CD však stále častěji volí vinylové desky, jejichž prodeje každoročně rostou. Celosvětový trh s nahrávkami táhnou příjmy ze streamingu, zatímco příjmy ze stažených nahrávek za poplatků se každoročně snižují. Významnou část příjmů tvoří každoročně také poplatky za provozovací práva (IFPI, 2021).

Pro ekonomickou analýzu hudebního průmyslu jako celku by bylo vhodné zohlednit do prezentovaných ukazatelů také tržby z živých vystoupení, které jsou důležitým zdrojem příjmů interpretů. Vzhledem k velmi úzkému vymezení hudební oblasti v rámci výchozího trojsektorového členění kultury jsou však v této publikaci příjmy z živých hudebních vystoupení ponechány mimo oblast zájmu analýzy.

Stejně jako hudební nahrávky jsou také audiovizuální díla (filmy a seriály) stále častěji vyhledávána prostřednictvím streamingových platform. To se promítá do ekonomických výkonů subjektů v rámci jednotlivých dílčích oblastí filmového průmyslu. Podle údajů Evropské audiovizuální laboratoře byl v posledním předcovidovém roce jediným dlouhodobě rostoucím segmentem v oblasti audiovize právě streaming (zpřístupnění audiovizuálního obsahu na on-line platformě), zatímco příjmy z pokladen kinosálů na evropském trhu stagnovaly a fyzické nosiče se pomalu vytrácely z trhu. V roce 2020 pak vlivem protiepidemických restrikcí výrazně klesly zejména tržby kinosálů a i přes nárůst tržeb ze streamingu odhaduje Evropská audiovizuální laboratoř pokles celkových tržeb filmového průmyslu o 10 % v porovnání s rokem 2019 (EAO, 2021).

V Česku jsou pro poslech hudby či přehrávání videí a filmů nejčastěji využívány tzv. sdílené služby (např. Youtube, Vimeo, Soundcloud). Jak ukazuje Graf 25, v roce 2020 využilo tyto platformy pro sdílené sledování filmů či videa přibližně 53 % osob starších 16 let (55 % mužů a 50 % žen) a pro poslech hudby 45 % stejně starých osob (50 % mužů a 46 % žen). Využití jiných typů audiovizuálních služeb bude rozebráno v jednotlivých kapitolách.

Graf 25 Podíl osob starších 16 let využívajících sdílené online služby (např. Youtube, Vimeo, Soundcloud) k poslechu hudby a sledování filmů či videa v roce 2020



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ

5.1. FILM A VIDEO

Tabulka 5 Vymezení oblasti filmu a videa podle ekonomických činností

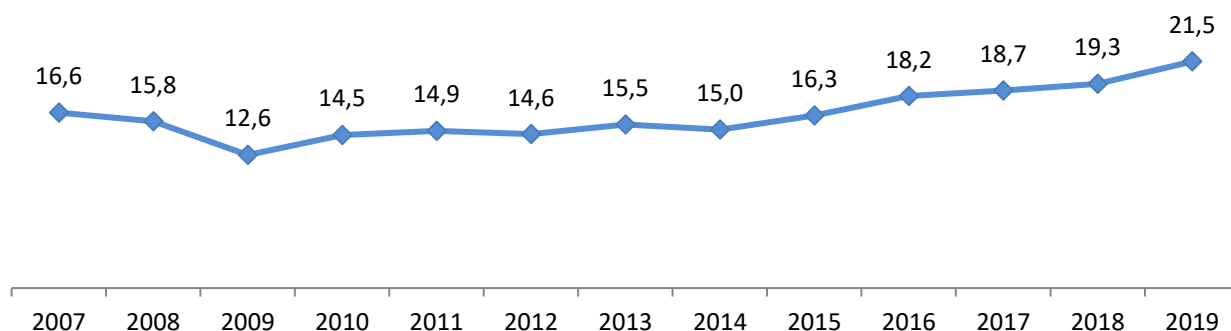
CZ-NACE	EKONOMICKÁ ČINNOST
47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)
59.11	Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.12	Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.13	Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů
59.14	Promítání filmů
77.22	Pronájem videokazet a disků

Výroba audiovizuálních děl je vzhledem k vysokým vstupním nákladům ve velké míře závislá na veřejné podpoře. Zejména celovečerní filmy vznikají ve většině států díky podpoře z veřejných zdrojů s výjimkou studiových filmů v USA, které nejsou díky zázemí nadnárodních korporací odkázány na vícezdrojové financování. Důležitou roli v evropské produkci filmů hraje také spolufinancování televizními provozovateli. Ti se starají přibližně o pětinu financování celkové filmové produkce. Soukromí investoři pak pokryjí šestinu celkových financí na výrobu filmů (EAO, 2021).

Také česká filmová produkce je ve velké míře závislá na výši veřejné finanční podpory, kterou každoročně uděluje Státní fond kinematografie (Staníková, 2015). Státní podpora ovlivňuje také zahraniční filmovou produkci v České republice. Jedná se zejména o filmové pobídky, které byly poprvé zavedeny v roce 2010. Příjmy českých producentů audiovizuálních děl ze zakázek zahraniční produkce vzrostly od té doby přibližně devítinásobně a v roce 2019 dosáhly rekordní výše 6,3 mld. Kč (APA, 2020). Pobídkové systémy však fungují v desítkách zemí světa a jen v Evropě jsou zavedeny u více než 30 zemí. Rok 2020, který byl poznamenán pandemií COVID-19 sice přinesl zhoršení ekonomických výsledků, díky včasné adaptaci trhu na nové podmínky však nebyly ztráty drastické. I přes zdržení spojená s jarním lockdownem se obrat ze zahraniční filmové produkce v ČR v roce 2020 pohyboval okolo 5,7 mld. Kč a předčil tak hodnoty z roku 2018.

5.1.1. PŘÍJMY A ZAMĚSTNANOST

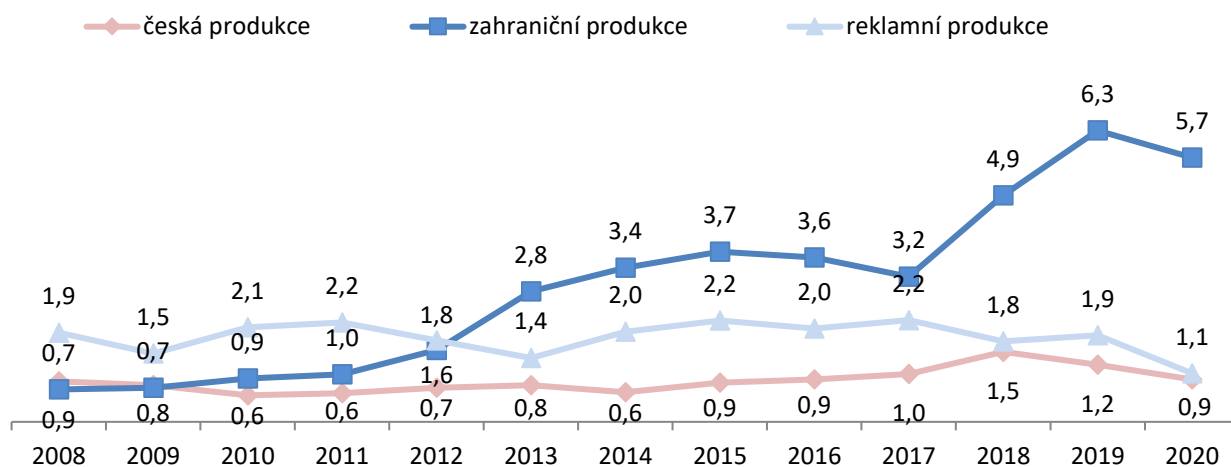
Celkové příjmy subjektů s převažující ekonomickou činností v oblasti filmu v Čechách vzrostly mezi lety 2009 a 2019 o 8,9 mld. Kč a v roce 2019 dosáhly výše 21,5 mld. Kč. Data z Podnikové strukturální statistiky reflektují ekonomické činnosti filmové produkce, post-produkce, distribuce, maloobchodu, půjčoven a promítání. Tak jako v jiných oblastech **tato suma nezohledňuje subjekty s jinou převažující ekonomickou činností**, které se také významnou mírou podílejí na výrobě audiovizuálních děl.

Graf 26 Příjmy subjektů v oblasti filmu a videa (v mld. Kč)

Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Graf 27 pak nabízí pohled zúžený pouze na **produkcí** audiovizuálních děl vycházející z dat Asociace producentů v audiovizu (APA). Podle těchto dat se mezi lety 2017 a 2019 výrazně zvýšily příjmy produkce ze zahraničních děl – takřka dvojnásobně z 3,2 mld. Kč v roce 2017 na 6,3 mld. Kč v roce 2019. Na tomto nárůstu se zřejmě podílelo mimořádné navýšení státní podpory ve formě filmových pobídek z 800 mil. Kč v roce 2018 na 1,3 mld. Kč v roce 2019. Příjmy z produkce českých děl se v posledních třech letech pohybovaly nad hranicí 1 mld. Kč a příjmy z reklamní produkce kolem 2 mld. Kč. Celkové příjmy českých producentů v oblasti audiovize dosáhly v roce 2019 přibližně 9,4 mld. Kč.

Rok 2020 přinesl ve srovnání s předchozím rokem propad ve všech sledovaných segmentech audiovizuálního trhu. Celkový pokles příjmů způsobený zejména zastavením produkce v důsledku jarních vládních opatření proti šíření pandemie COVID-19 se pohyboval okolo 18 %. Nejvýraznější meziroční pokles zaznamenaly příjmy z reklamní produkce, které poklesly o 42 % a dosáhly nejhorších výsledků od roku 2002. Příjmy z produkce českých filmů se v roce 2020 pohybovaly těsně pod hranicí 1 mld. Kč a oproti předchozímu roku poklesly o 25%. Celkově platí, že dopady pandemie nejvíce pocítily producentské společnosti filmů do kinodistribuce. Naopak vzhledem ke zvýšené poptávce po dílech distribuovaných prostřednictvím streamingových platform typu Netflix či HBO GO se dá do budoucna očekávat zvýšení výroby pořadů směřujících na tento trh (APA, 2021).

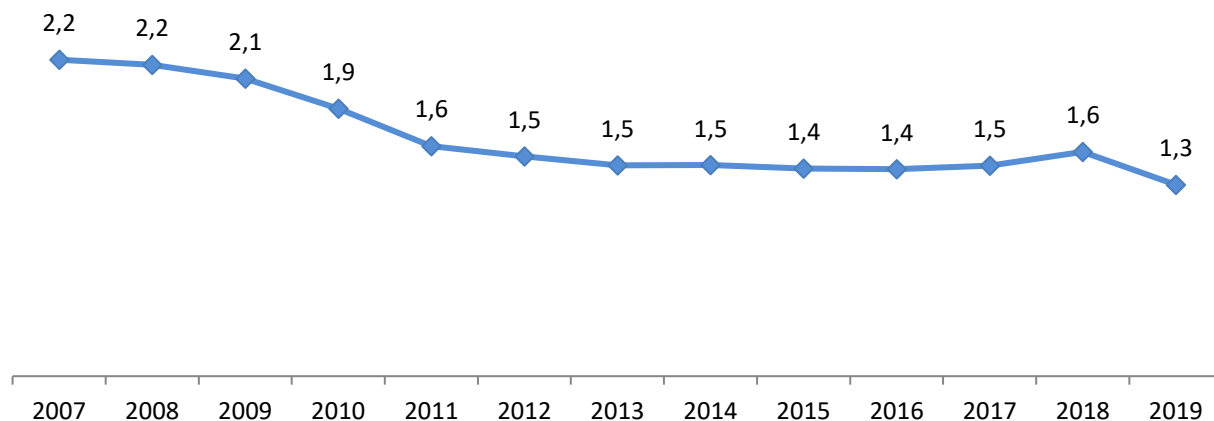
Graf 27 Příjmy českých producentů v oblasti audiovize (v mld. Kč)

Zdroj: Asociace producentů v audiovizu



Orientační přehled vývoje zaměstnanosti mezi lety 2007 a 2019 je patrný z Grafu 28. Statistika, tak jako v ostatních oblastech, **nezachycuje pracovníky na dohody a OSVČ**, kteří tvoří významnou část pracovní síly ve filmovém průmyslu stejně jako **zaměstnance subjektů s jinou převažující ekonomickou činností**. Mezi lety 2007 až 2019 se zaměstnanost v oblasti filmu podle Podnikové strukturální statistiky pohybovala v rozpětí 1,3 až 2,2 tis. zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek.

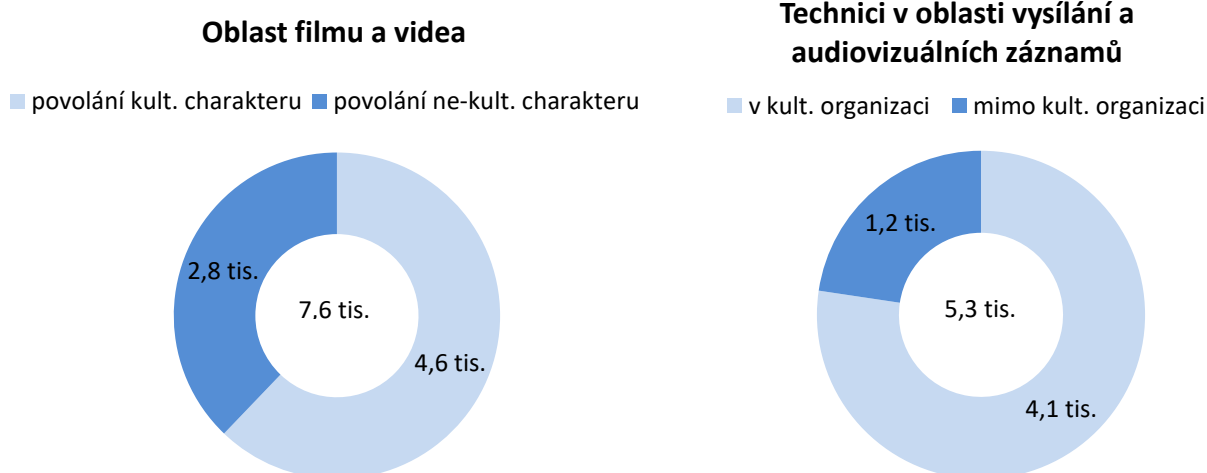
Graf 28 Počet zaměstnanců v oblasti filmu a videa (v tis. osob, přepočtený na plné pracovní úvazky)



Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Pro oblast filmu a videa lze provést také odhad celkové zaměstnanosti na základě údajů z Výběrového šetření pracovních sil. Zohledníme-li všechny pracující osoby (zaměstnance, podnikatele či pracovníky na dohody) bude celková zaměstnanost v oblasti filmu a videa dosahovat 7,6 tis. zaměstnaných osob. V roce 2020 pracovalo v oblasti filmu přibližně 4,6 tis. osob vykonávajících kulturní profese a 2,8 tis. osob s povoláním „ne-kulturního“ charakteru. Velkou část z kulturních povolání v oblasti filmu a videa tvoří technici v oblasti vysílání a audiovizuálních záznamů (tedy osoby spadající svým zaměstnáním do kategorie CZ-ISCO 3521). V oblasti filmu a videa a v jiných kulturních oblastech pracovalo v roce 2020 odhadem 4,1 tis. osob s tímto povoláním a mimo kulturu jich pracovalo přibližně 1,2 tis.

Graf 29 Odhad počtu pracujících osob v oblasti filmu a videa v roce 2020



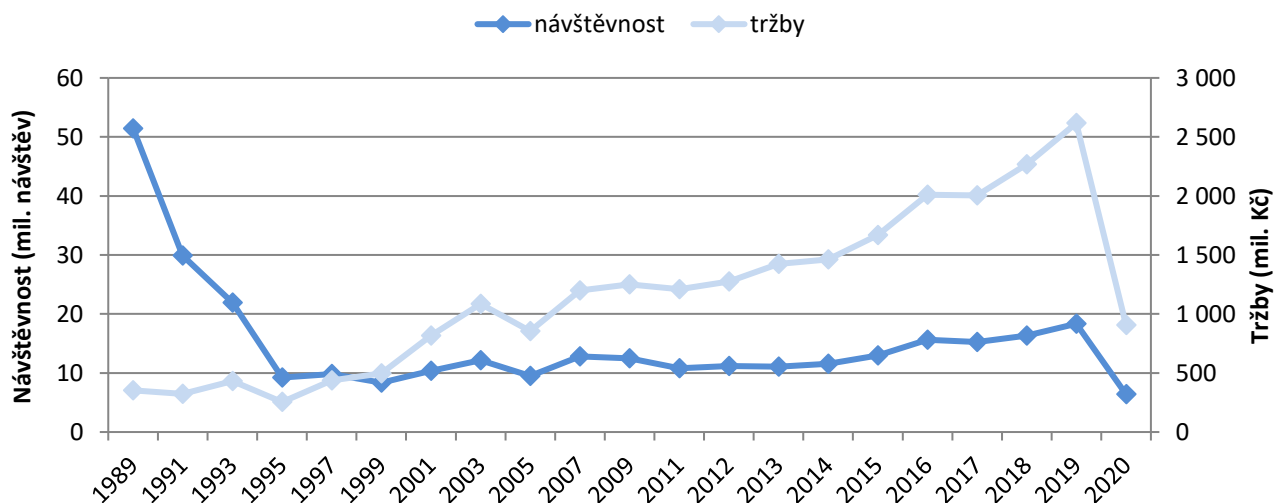
Zdroj: Výběrové šetření pracovních sil, ČSÚ

Údaje o počtu techniků v oblasti vysílání a audiovizuálních záznamů z VŠPS lze doplnit také o data z Informačního systému o průměrném výdělku (ISPV). Tento údaj však zahrnuje pouze zaměstnance ve mzdové a platové sféře, nikoliv podnikatele a pracovníky na dohodu. Podle ISPV pracovalo ve mzdové a platové sféře v roce 2020 přibližně 2,1 tis. zaměstnanců spadajících charakterem svého povolání do této kategorie (CZ-ISCO 3521) a jejich hrubá průměrná měsíční mzda se pohybovala okolo 36,5 tis. Kč.

Z hlediska distribuce je vhodné rozlišit kinodistribuci a distribuci videozáznamů respektive jejich maloobchodní prodej. O návštěvnosti a tržbách českých kin vede dlouhodobě roční přehledy Unie filmových distributorů. Z Grafu 30 je patrný výrazný propad návštěvnosti českých kin mezi lety 1989 a 1995. Ten byl zřejmě způsoben rozmachem videodistribuce a nástupem kabelové televize (Mošna, 2010). V následujících letech návštěvnost v českých kinech stagnovala a oživení se česká kina dočkala až v posledních letech. V roce 2019 návštěvnost dosáhla s 18,3 mil. návštěv nejlepšího výsledku od roku 1993 a oproti předchozímu roku vzrostla o necelé 2 mil. návštěv.

Příznivý vývoj návštěvnosti z posledních let však ukončila jarní vlna pandemie COVID-19, během které byly vlivem vládních opatření proti šíření nemoci zcela zavřena kina takřka na dva měsíce. Ještě delšímu lockdownu museli provozovatelé kinosálů čelit mezi říjnem a prosincem, kdy kina nehrála od 12. října až do konce roku. Pokud kina nebyla uzavřená, musela se často potýkat také s omezením počtu diváků přítomných v sálech. Návštěvnost tak v roce 2020 dosáhla pouze třetinových hodnot roku 2019 a pohybovala se okolo 6,4 mil. návštěv. Celkové tržby z prodeje vstupenek ve výši 906 mil. Kč poprvé od roku 2005 nepřesáhly miliardovou hranici.

Graf 30 Návštěvnost a tržby českých kin



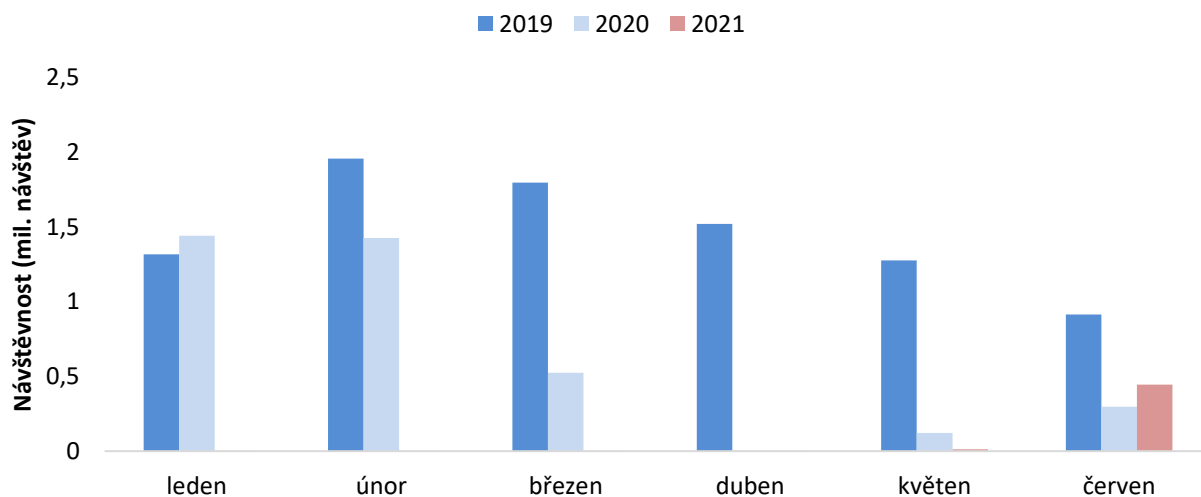
Zdroj: Unie filmových distributorů

Z aktuálních dat Unie filmových distributorů, je možné porovnat údaje o návštěvnosti kinosálů v první polovině roku 2021 s návštěvností ve stejném období v předchozích letech. Zatímco v první polovině roku 2019 dosahovala celková návštěvnost kin necelých 9 mil., v první polovině následujícího roku přivítala kina necelé 4 miliony návštěvníků. V prvním pololetí roku 2021 klesla návštěvnost oproti roku 2020 přibližně osminásobně na necelých 500 tis. diváků. Běžná kina byla v době nejtvrdších protiepidemických opatření v první polovině roku 2021 a na jaře roku 2020 zavřená a návštěvnost držela nad nulou pouze autokina. Ta promítala měsíčně



pouhým stovkám diváků. Příslibem do budoucna mohou být aktuální červnová data. V červnu roku 2021 přišlo do kin necelých 450 tis. diváků, což je o třetinu více než v roce 2020. Za příznivými čísly stojí zřejmě částečné rozvolnění vládních opatření z 10. června a s ním spojené znovuotevření multikin.

Graf 31 Návštěvnost českých kin v první polovině roku



Zdroj: Unie filmových distributorů

Zatímco protipandemická opatření v roce 2020 negativně ovlivnila návštěvnost kinosálů, nepřímo zřejmě podpořila sledování audiovizuálních děl prostřednictvím streamingu. Např. streamingový gigant Netflix ohlásil za rok 2020 rekordní nárůst 37 milionů nových předplatitelů. Tím překonal svůj dosavadní rekord z roku 2018, kdy přibýlo po celém světě necelých 29 milionů nových uživatelů této služby (STATISTA, 2021).

O aktivitách a tržbách společností poskytujících digitální služby na českém trhu nejsou dostupná ucelená data. Některé informace se dají získat z šetření Kult 6-01 a VŠIT prováděných ČSÚ. Filmové katalogy přístupné online u nás v současnosti bezplatně provozuje např. Česká televize či Prima, za poplatek pak televize Nova prostřednictvím služby Voyo či jiní soukromí poskytovatelé (například Alza či O2). Artové filmy pak za poplatek nabízí společnost AeroVod. Společnost Netflix vstoupila na český trh v roce 2016.

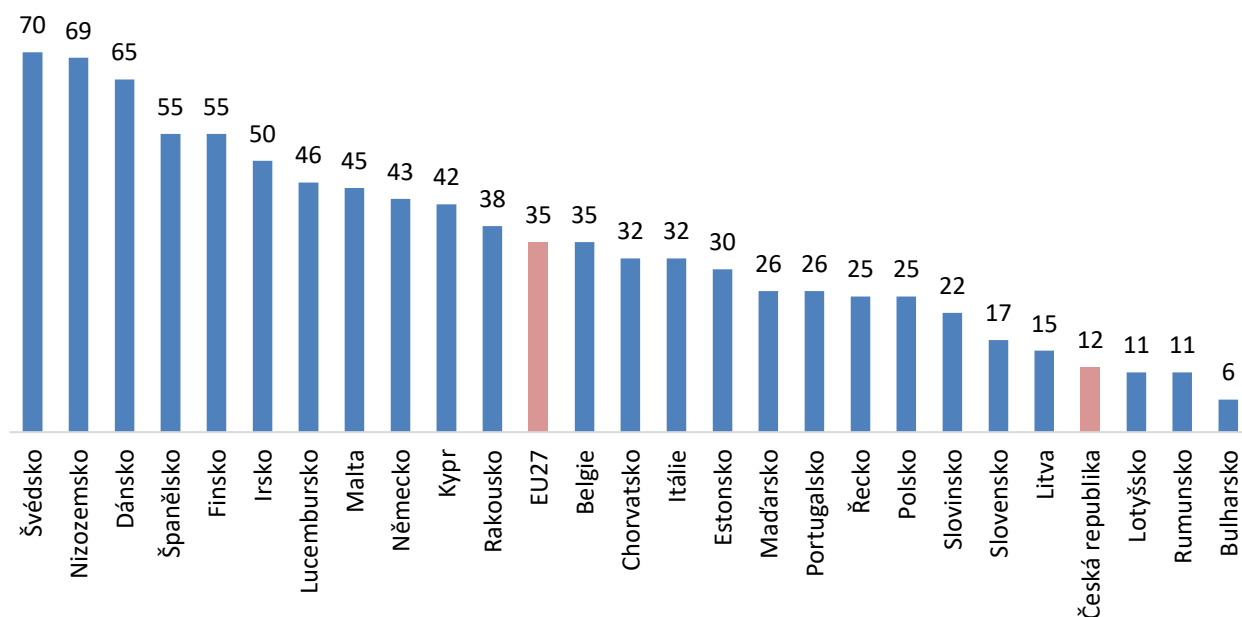
Okrajovým segmentem trhu se stávají fyzické nosiče audiovizuálních materiálů. O tom svědčí například skutečnost, že nenahrané blu-ray disky, CD a DVD byly vyřazeny ze spotřebitelského koše ČSÚ (Potočková, 2018). Podle údajů Podnikové strukturální statistiky poklesly příjmy z půjčování médií s audiovizuálním obsahem (Pronájem videokazet a disků NACE 77.22) mezi lety 2005–2019 trojnásobně, z 507 mil. Kč na 152 mil. Kč.

5.1.2. POHLED SPOTŘEBITELE

Možná právě z důvodu poměrně velké popularity sledování a bezplatných stahování videí nebylo v Česku dlouhou dobu běžné za tento obsah platit. V roce 2018 se Česko dokonce ocitlo se 4% podílem platících uživatelů audiovizuálního obsahu (streamu či stáhnutí videí, seriálů a filmů) na posledním místě žebříčku zemí EU. Podle posledních údajů z roku 2020 si Česko mírně polepšilo a podíl uživatelů placeného audiovizuálního obsahu stoupl na 12 %. V rámci mezinárodního srovnání obsadilo Česko čtvrtou pozici od konce před Lotyšskem, Rumunskem a posledním Bulharskem. Nejvíce jsou lidé zvyklí platit za placené audiovizuální služby ve Švédsku a Nizozemsku, kde se podíl těchto uživatelů pohybuje okolo 70%. Průměrný podíl uživatelů

platících za videa, filmy a seriály na internetu se v rámci EU27 v roce 2020 pohyboval okolo 35 % a v porovnání s rokem 2018 vzrostl o 12 procentních bodů.

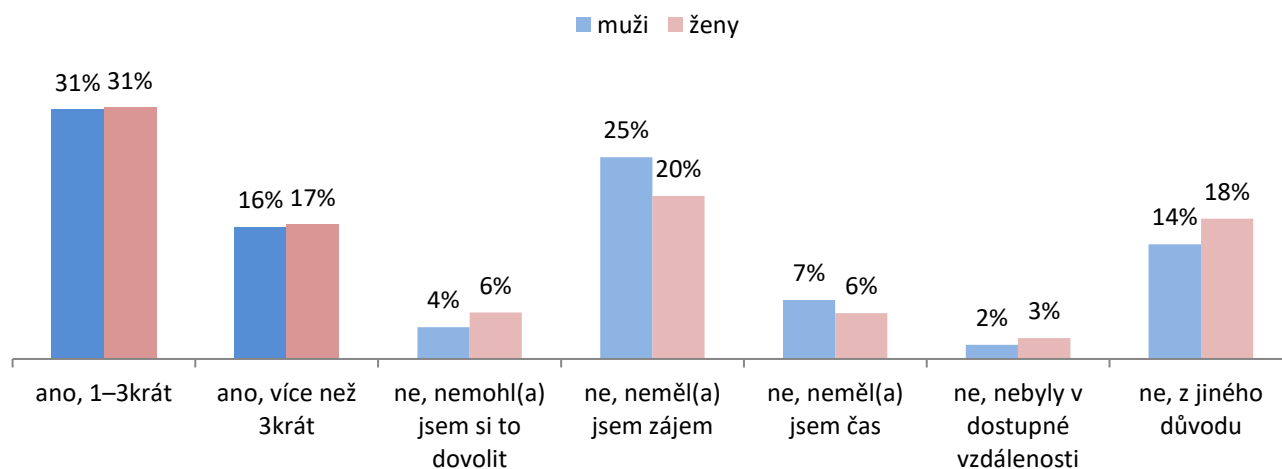
Graf 32 Podíl uživatelů placených audiovizuálních služeb ve věku 16–74 let v roce 2020 (v %)



Zdroj: ICT usage in households and by individuals, Eurostat

Ne zrovna nejaktuálnější, ale stále zajímavé údaje o spotřebitelských návycích v oblasti filmu přináší také výsledky šetření Životní podmínky ČR z roku 2015. Z výsledků tohoto šetření vyplývá, že alespoň jednou navštívila v uplynulých 12 měsících kino téměř polovina populace. Nejčastějším důvodem, proč lidé nenavštívili kino, byl prostý nedostatek zájmu a dále pak nedostatek času. Dalšími důvody byla vysoká cena vstupenky či velká vzdálenost do nejbližšího kinosálu. Výčet odpovědí na otázku, zda respondent navštívil v posledních 12 měsících kinosál, nabízí Graf 33.

Graf 33 Podíl osob starších 16 let podle toho, zda navštívily v posledních 12 měsících kino v roce 2015

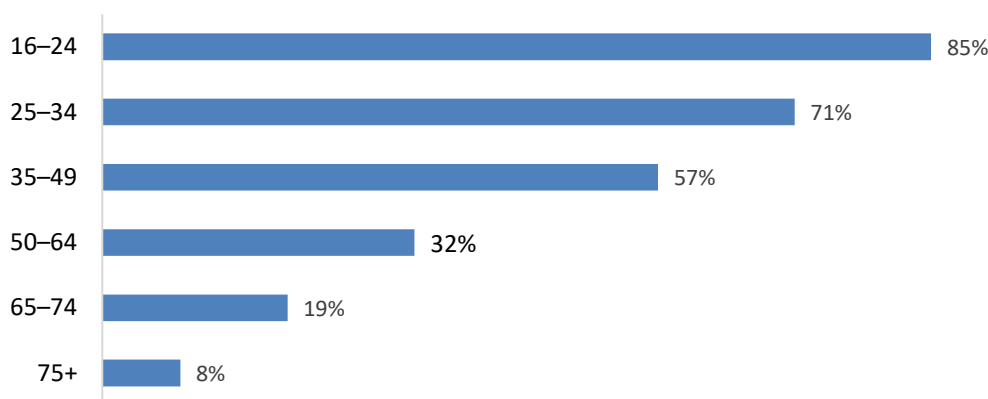


Zdroj: Životní podmínky, ČSÚ



Oblíbenost návštěvy kinosálů se dle údajů z šetření Životní podmínky 2015 značně liší u různých věkových kategoriích a má s rostoucím věkem sestupnou tendenci. Kino navštěvovali nejčastěji mladí lidé ve věku 16–24 let (85 %) a dále pak lidé ve věku 25–34 let (71 %). S přibývajícím věkem obliba této aktivity klesá. Zmíněné výsledky přinášejí důležité zjištění, že návštěva kina si zatím u mladých lidí drží silnou pozici v konkurenci stále sofistikovanějších možností v oblasti digitální zábavy.

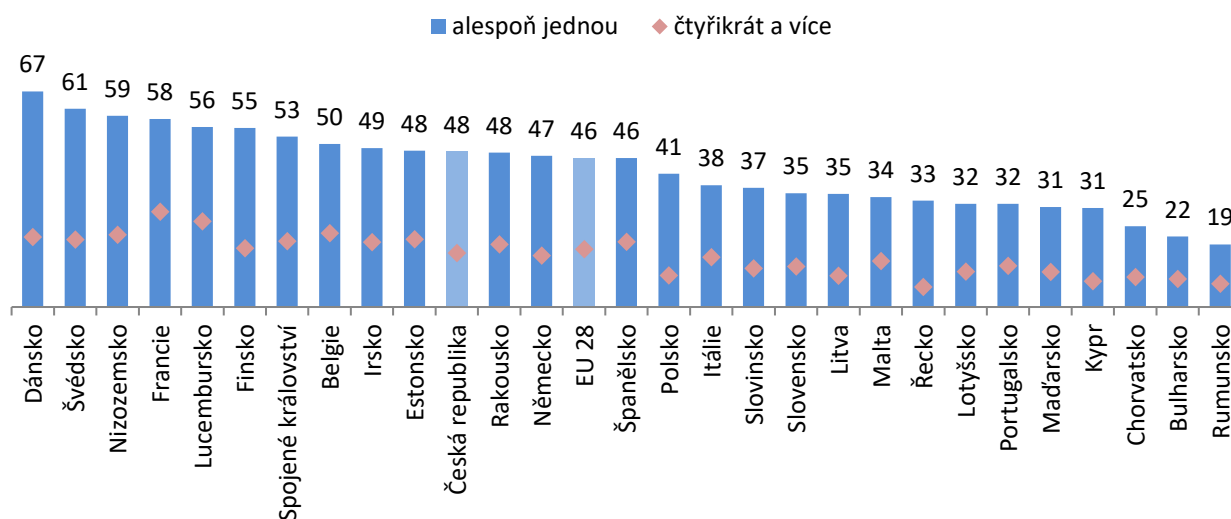
Graf 34 Podíl osob, které alespoň jednou v posledních 12 měsících navštívily kino v roce 2015



Zdroj: Životní podmínky ČR, ČSÚ

V rámci mezinárodního srovnání návštěvnosti⁷ kin v zemích EU se Česká republika řadí do první poloviny zemí s vyšší návštěvností. Nejvyšší podíl návštěvníků kinosálů měly severní země Dánsko a Švédsko, kde alespoň jednou v roce 2015 navštívilo kinosál více než 60 % populace. Nejčastěji pak navštěvovali kinosály diváci ve Francii, kde téměř 30 % populace přišlo do kina v roce 2015 více než čtyřikrát.

Graf 35 Podíl osob starších 16 let, které v posledních 12 měsících navštívily kino v roce 2015 (v %)



Zdroj: EU-SILC, Eurostat

⁷ Počet diváků, kteří ve sledovaném roce navštívili kinosál.

5.2. HUDBA

Tabulka 6 Vymezení oblasti hudby podle ekonomických činností

CZ-NACE	EKONOMICKÁ ČINNOST
59.20	Požizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
47.63	Maloobchod s audio- a videozáznamy (50 %)

Struktura oblasti hudby je vzhledem k jejímu užšímu vymezení ve srovnání s filmovou oblastí výrazně jednodušší. Trh s hudebními nahrávkami, na který je hudební oblast pro potřeby této analýzy omezena, můžeme rozdělit na primární a sekundární. Primární trh zahrnuje pořizování nahrávek a jejich distribuci k cílovým konzumentům prostřednictvím fyzických nosičů a v současnosti stále častěji pomocí digitálních online služeb umožňujících stažení hudebních souborů a poslech hudby online. Na sekundárním trhu se pak nahrávky dostávají k cílovým spotřebitelům prostřednictvím dalších služeb jako je vysílání rádia či poslech ve společenských zařízeních (restaurace, sportovní stadion apod.). Prostředky, které platí provozovatelé zařízení kolektivním správcům, pak tito správci přerozdělují vlastníkům autorských práv (Towse, 2010).

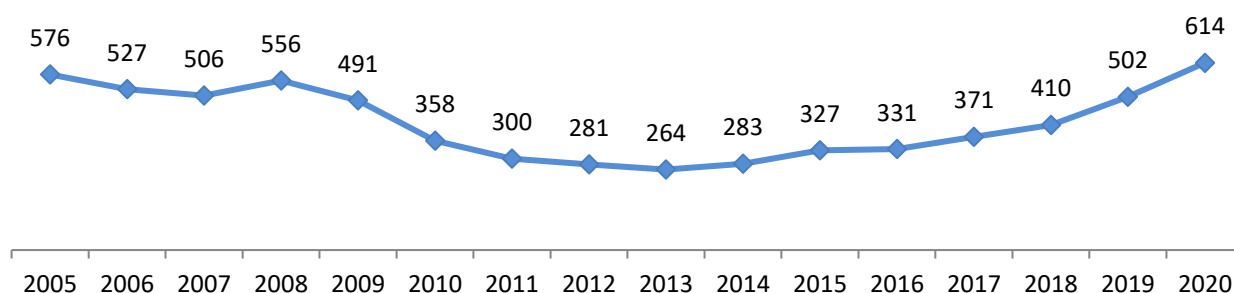
Tržby plynoucí z prodeje hudebních nahrávek jsou celosvětově rozděleny mezi několik velkých nahrávacích a vydavatelských společností. Menší nezávislé společnosti se pak zaměřují na okrajový trh, který však může být finančně zajímavý kvůli jiným návykům a větší loajalitě hudebních posluchačů pohybujících se na tomto trhu. Stejná situace panuje také na českém trhu, který ovládá několik velkých společností a menší vydavatelství dosahují menšinový podíl z celkových tržeb (ČNS IFPI, 2021).

5.2.1. PŘÍJMY A ZAMĚSTNANOST

Pro analýzu celkových příjmů v oblasti vydávání a prodeje zvukových nahrávek byla použita pouze data shromažďovaná Českou národní skupinou Mezinárodní federace hudebního průmyslu (ČNS IFPI). Poskytují totiž podrobnější přehled o prodeji nahrávek, který je navíc možné rozdělit na fyzické a digitální prodeje. Na druhou stranu, údaje o prodeji nahrávek nezahrnují veškeré příjmy subjektů v oblasti hudby, které dosahovaly v roce 2019 podle Strukturální podnikové statistiky výše zhruba 2,2 mld. Kč.

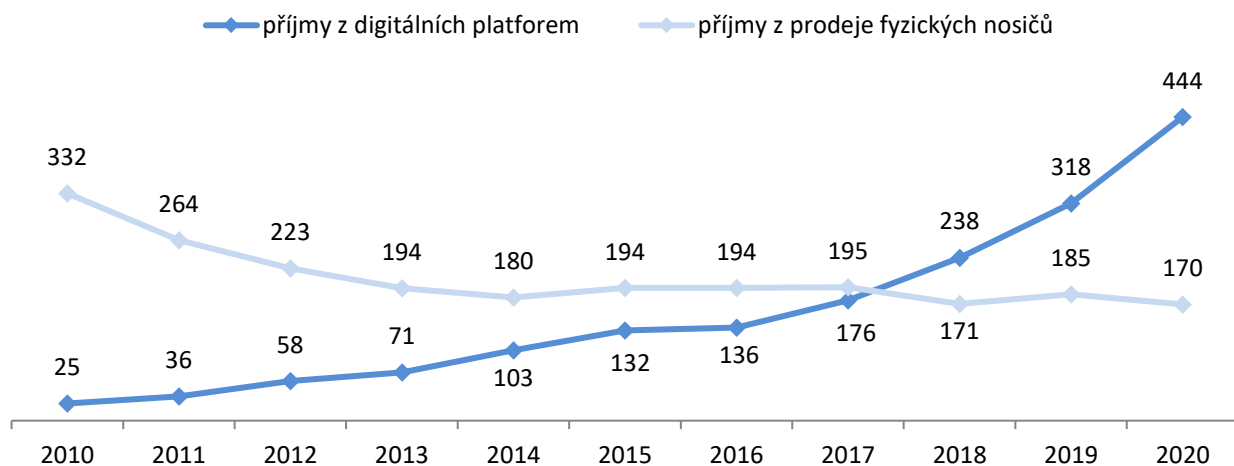
Asociace IFPI sdružuje velké společnosti, jež se podílí na stěžejní části tržeb z hudebních nahrávek, spolupracuje však i s menšími vydavatelstvími, která dodávají ekonomická data. Časová řada v Grafu 36 zachycuje prudký pokles příjmů z prodeje hudebních nahrávek mezi lety 2008 a 2010 a následný zpomalující se propad od roku 2010. Zpomalení poklesu tržeb bylo zřejmě způsobené rozšířením nabídky online služeb, zejména zavedením služby *iTunes* na český trh. V roce 2014 pak došlo po dlouhém období stagnace poprvé k růstu tržeb, který byl ovlivněn nárůstem příjmů ze zpoplatněných digitálních služeb. Tento růst pokračoval i v následujícím období 2015 až 2020 (tyto údaje jsou navíc mírně navýšeny o data z menších vydavatelství, která dříve nebyla sledována).



Graf 36 Příjmy z prodeje hudebních nahrávek (v mil. Kč)

Zdroj: ČNS IFPI

Vývoj příjmů z digitálních služeb a fyzických nosičů mezi zlomovými lety 2010 a 2020 zachycuje Graf 37. Jak je patrné z grafu, podíl digitálních formátů na celkových příjmech v roce 2020 již potřetí převyšil podíl fyzických nosičů. Český trh tak pomalu dohání trendy globálního trhu, kde digitální služby již delší dobu jednoznačně dominují. Zajímavým úkazem posledních několika let je zvýšení zájmu o vinylové nosiče, které v roce 2020 tvořily 35 % prodeje fyzických formátů na českém trhu. Příjmy z prodeje CD mají dlouhodobě sestupnou tendenci a v porovnání s údaji před deseti lety poklesly na třetinovou hodnotu. Údaje nezahrnují příjmy z provozovacích práv ke zvukovým nahrávkám. Celkové příjmy trhu s hudebními nahrávkami zahrnující všechny segmenty by podle odhadu v tiskové zprávě IFPI v roce 2020 dosáhly přibližně 1,2 mld. Kč.

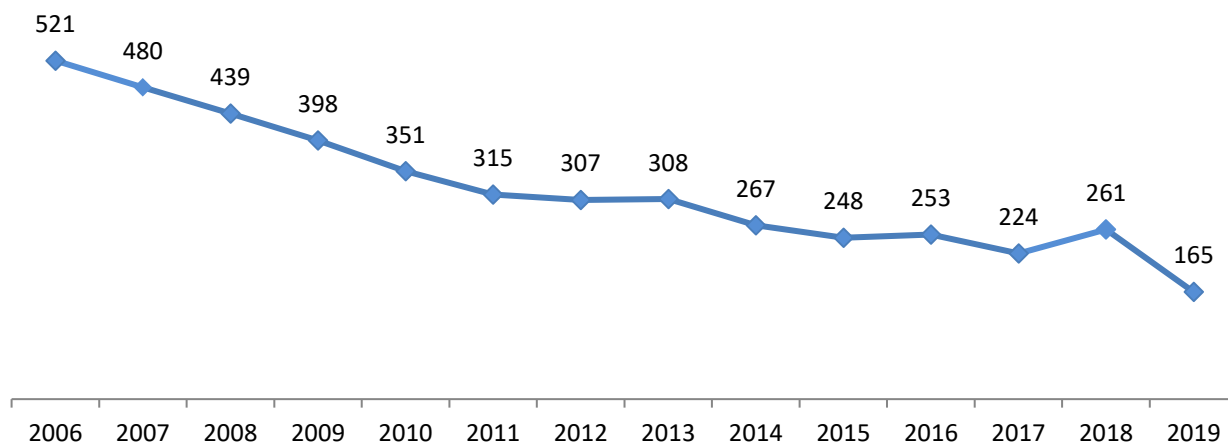
Graf 37 Příjmy z prodeje digitálních služeb a fyzických nosičů (v mil. Kč, pouze členské společnosti IFPI a vybrané organizace)

Zdroj: ČNS IFPI

Zachytit údaje o pracovním trhu v oblasti hudby je stejně komplikované jako ve filmové oblasti. Prezentované údaje se týkají primárně zaměstnanců vydavatelských a produkčních společností a obchodníků s hudbou. Nikoliv však samotných profesionálních hudebníků, kteří by svou ekonomickou činností spadali spíše do oblasti scénických umění. Pro část hudebníků a skladatelů vytvářejících obsah, který je následně nahráván a distribuován, navíc aktivita v rámci hudebního průmyslu nepředstavuje hlavní povolání, ale pouze občasný přivýdělek. Jak vyplývá z Grafu 38, celková zaměstnanost v takto vymezené oblasti má od roku 2006

spíše sestupnou tendenci a ve sledovaném období 2006–2020 klesla takřka o dvě třetiny na 165 zaměstnanců v roce 2019.

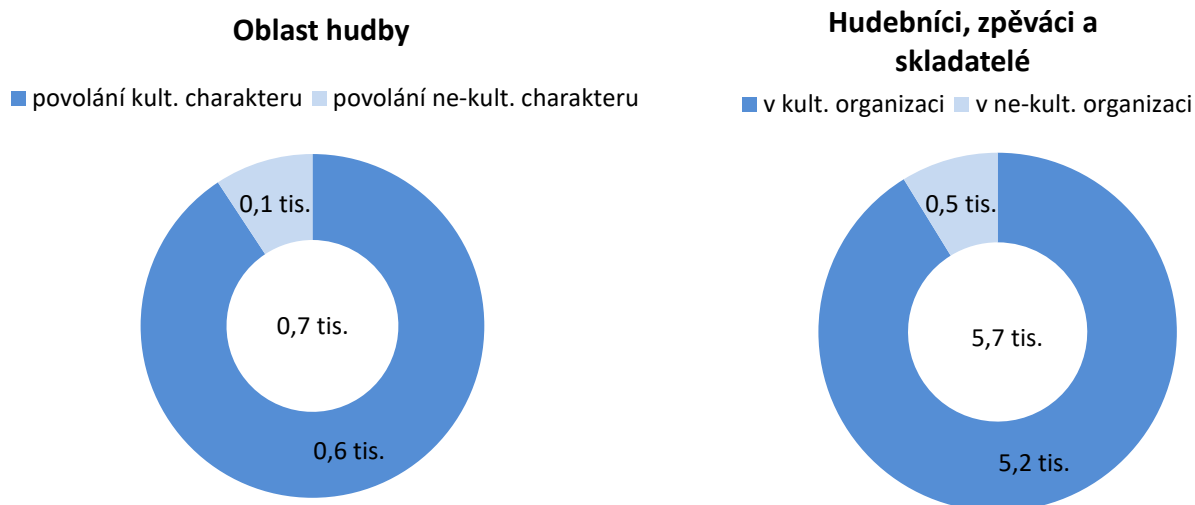
Graf 38 Počet zaměstnanců v oblasti hudby (v osobách, přepočtený na plné pracovní úvazky)



Zdroj: Podniková strukturální statistika, ČSÚ

Úplnější odhad zaměstnanosti v oblasti hudby je možné získat z Výběrového šetření pracovních sil, které zohledňuje všechny pracující osoby (zaměstnance, podnikatele či pracovníky na dohody). Podle údajů z tohoto šetření pracovalo v oblasti hudby 0,7 tis. zaměstnaných osob, přičemž přibližně 0,6 tis. z nich vykonávalo povolání „kulturního“ charakteru a pouze desítky osob povolání spíše „ne-kulturního“ charakteru. Do výpočtů o povoláních kulturního charakteru vstupují zejména povolání technického rázu (technici v oblasti vysílání a audiovizuálních záznamů či produkční), zatímco samotní hudebníci, zpěváci a skladatelé působí v oblasti hudebního vydavatelství a maloobchodu v menší míře. Celkově pak evidovala statistika VŠPS 5,7 tis. hudebníků, zpěváků a skladatelů, přičemž většina z nich (5,2 tis.) pracovala v některé z kulturních organizací.

Graf 39 Odhad počtu osob pracujících v oblasti hudby v roce 2020



Zdroj: Výběrové šetření pracovních sil, ČSÚ



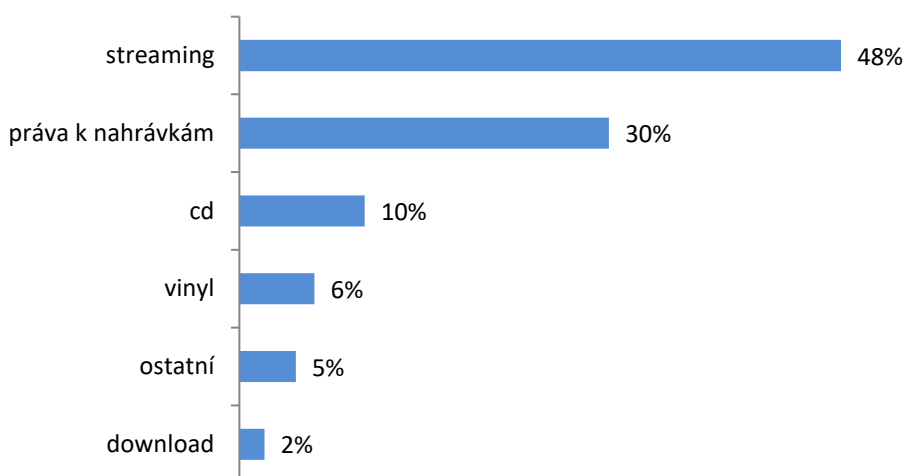
Tyto údaje je možné doplnit také o data o hudebnících, zpěvácích a skladatelích z Informačního systému o průměrném výdělku (ISPV), který zahrnuje pouze zaměstnance ve mzdové a platové sféře, nikoliv podnikatele a pracovníky na dohodu. Podle ISPV pracovalo ve mzdové a platové sféře v roce 2020 přibližně 2,2 tis. zaměstnanců spadajících charakterem svého povolání do této kategorie (CZ-ISCO 2652) a jejich hrubá průměrná měsíční mzda dosahovala výše 38,1 tis. Kč.

Dopady pandemie na hudební průmysl v roce 2020 se projevily nejvíce v oblasti veřejných produkcí. Omezení kulturních akcí postihlo nejen provozovatele klubů, hudebníky a techniky, ale také vydavatele a autory v souvislosti s příjmy z provozovacích práv. Podle dat Ochranného svazu autorského poklesly příjmy z veřejného provozování za užití autorských práv v roce 2020 přibližně o polovinu (OSA, 2021). Pokles prodeje fyzických nosičů může být zčásti také přičítán vládním omezením a s nimi spojeným uzavřením maloobchodu a omezení volného pohybu. Trh s fyzickými nosiči se však i tak v posledních letech potýkal s úbytkem zájmu. Naopak streamovacích platform se pandemie nedotkla. Lídr na trhu streamingu, Spotify, zaznamenal v roce 2020 rekordní nárůst 31 mil. nových předplatitelů (The Guardian, 2021).

5.2.2. POHLED SPOTŘEBITELE

Podrobná studie, která by se zaměřovala pouze na posluchače hudby a jejich návyky, nebyla v době zpracování tohoto textu k dispozici. Nárůst tržeb z digitálních prodejů nicméně naznačuje, že ochota internetových uživatelů platit za online a digitální služby se pomalu zvyšuje. Z hlediska oblíbenosti digitálních služeb roste popularita poslechu online knihoven (stream), který se v roce 2019 postaral o 48 % celkových příjmů z hudebních nahrávek ve výši 1,2 mld. Kč. Naopak oblíbenost stahování nahrávek (např. prostřednictvím služby iTunes) v roce 2020 byla minimální a tvořila pouhých 2 % celkových prodejů. Z fyzických formátů stále dominuje CD, nicméně 6% podíl vinylových desek na celkových příjmech hudebního trhu byl ještě před několika lety nepředstavitelný a do budoucna lze očekávat další posílení pozice tohoto formátu. Velkou část příjmů (30 %) tvoří práva k hudebním nahrávkám – tím se struktura českého trhu výrazně liší od celosvětového, kde tvoří příjmy z práv k nahrávkám pouze 11 % z celkových tržeb.

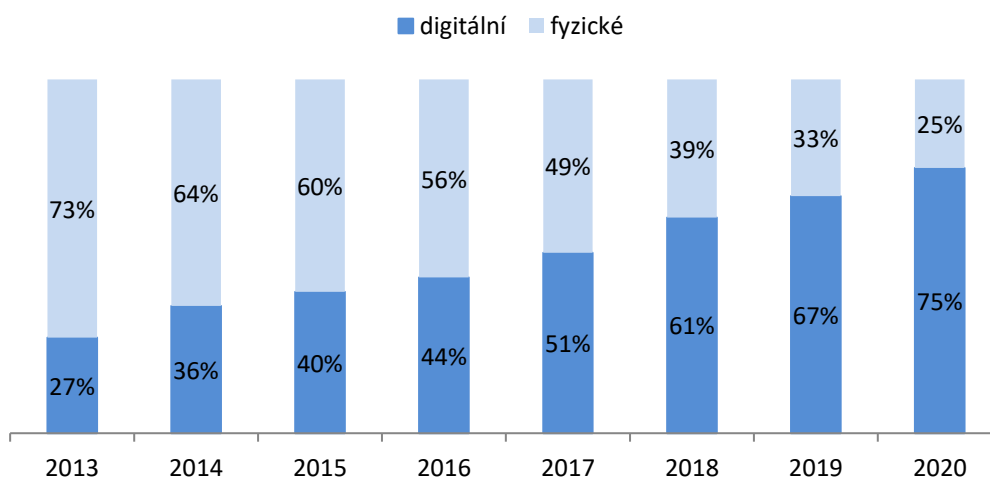
Graf 40 Struktura celkových příjmů z hudebních nahrávek podle formátů a práv k nahrávkám v roce 2020



Zdroj: ČNS IFPI

To, že čeští posluchači dávají přednost digitálním formátům před těmi fyzickými, dokládá časová řada v Grafu 41. Podle odhadů ČNS IFPI v roce 2020 příjmy z digitálních nahrávek již počtvrté překonaly příjmy z fyzických formátů a ve srovnání s rokem 2013 se pozice fyzických a digitálních formátů na trhu takřka prohodila. Jak již bylo zmíněno výše, jedná se o odhad příjmů v celém hudebním trhu zahrnující data od členských společností IFPI, spřízněných organizací a dopočtená data chybějících subjektů. Tržby českých vydavatelství zahrnují také platby za streamování či fyzický nákup zahraničních fanoušků.

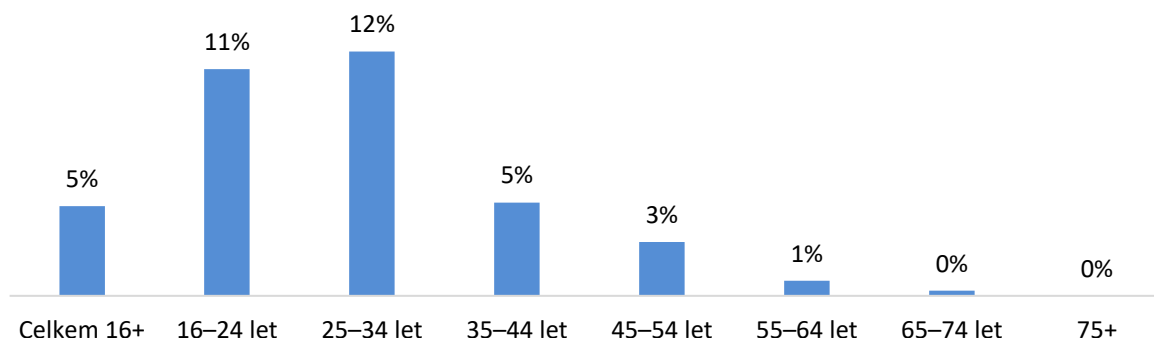
Graf 41 Podíl digitálních a fyzických nosičů na příjmech z prodeje hudebních nahrávek



Zdroj: ČNS IFPI

I přesto, že příjmy z placených streamingových platform rostou, má jejich využití mezi českými posluchači zatím velké rezervy. Zatímco hudbu přes internet poslouchalo v roce 2020 přibližně 48 % osob starších 16 let, za poslech přes placené stránky či aplikace zaplatilo pouze 5 % osob ve sledované kategorii. Některé streamingové služby (jako např. Spotify či YouTube Music) jsou však dostupné uživatelům také zdarma přerušované obchodním sdělením. I přes meziroční nárůst v roce 2020 o 2 procentní body Česko značně zaostává za průměrem EU, který se pohybuje okolo 13 % placených uživatelů online služeb (stažení či streaming nahrávek). Nejvíce tyto služby využívají mladší lidé mezi 16 a 34 lety – podíl placených uživatelů v této kategorii přesahuje desetiprocentní hranici. Naopak u osob starších 65 let se podíl uživatelů placených služeb blíží nule.

Graf 42 Podíl osob, které si přehrávaly hudbu prostřednictvím placených služeb v roce 2020



Zdroj: Výběrové šetření o informačních a komunikačních technologiích, ČSÚ