



Müzik Tüketicileri Raporu 2016

Giriş

IFPI günümüz müzik tüketicilerinin davranışlarını çıkarmak üzere Ipsos Connect'e küresel bir araştırma yaptırdı.

Bu raporun dayandığı araştırma, dünyanın önde gelen 13 müzik piyasasında (ABD, Kanada, Birleşik Krallık, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, Güney Kore, Brezilya, Meksika) ağırlıklı olarak 16-64 yaşları arasındaki internet kullanıcılarıyla

gerçekleştirildi. Bu bölgeler küresel kayıtlı müzik piyasasının %84'ünü oluşturmaktadır [kaynak: IFPI].

Ipsos Connect'in önceki yıllarda yaptığı benzer çalışmalarla birlikte ele alındığında, bu araştırma, gelişim modellerinin oluşturulmasına ve önemli eğilimlerin saptanmasına imkan verir.



Önemli Noktalar

Yaşları 16 ila 64 arasında değişen internet kullanıcılarının %71'i lisanslı müzik dinliyor. Ücretli indirmeden dinleme hizmetleri özellikle 25 yaş altındakiler arasında giderek daha popüler hale geliyor. Bugün 16-24 yaş aralığındakilerin üçte biri indirmeden müzik dinleme hizmetlerinin birinden ücretli olarak yararlanıyor.

Akıllı telefonlar özellikle gelişmekte olan ülkelerde müzik tüketimi için en çok kullanılan araç olarak bilgisayarın yerini alıyor. Ücretli indirmeden dinleme hizmetlerini kullananların müziği akıllı telefon üzerinden dinlemesi muhtemel.

YouTube en çok kullanılan müzik hizmeti:

Ziyaretçilerinin %82'si YouTube'u müzik için kullanıyor. YouTube'u yeni içerik keşfetmekten çok zaten bildikleri müziği dinlemek için kullanıyorlar.

Gençler müzikle son derece ilgili; 13-15 yaş aralığındakilerin %82'si lisanslı müzik dinliyor ve çoğunluğu müzik için para ödemeye hazır.

Telif hakkı ihlali halen önemli bir sorun: internet kullanıcılarının üçte birinden fazlası (%35) lisanssız müzik içeriği kullanıyor. İhlalin biçimi değişiyor; 16-24 yaş aralığındakilerin yarısı (%49) YouTube gibi sitelerdeki akışı sabit diske kopyalıyor (ripping).

2016'da Müzik Tüketimi

MÜZİĞE ERİŞİM



Lisanslı müzik kullanıyor

İNDİRMEDEN DİNLEME



İndirmeden dinliyor

ÜCRETLİ İNDİRMEDEN DİNLEME



Çok **daha fazla** insan indirmeden müzik dinlemek için ücret ödüyor

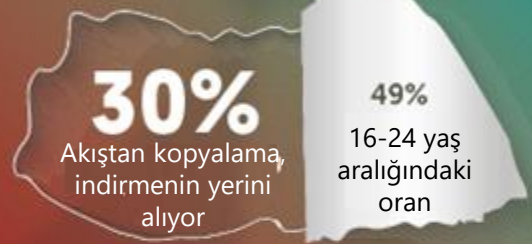
AKILLI TELEFON KULLANIMI



İndirmeden ücretli müzik dinleyenler arasında bilgisayarın yerini akıllı telefon alıyor

AKIŞTAN KOPYALAMA

İndirmeden dinleme/izleme kaynaklarından sabit diske kopyalama yöntemi korsanda yükselen trend



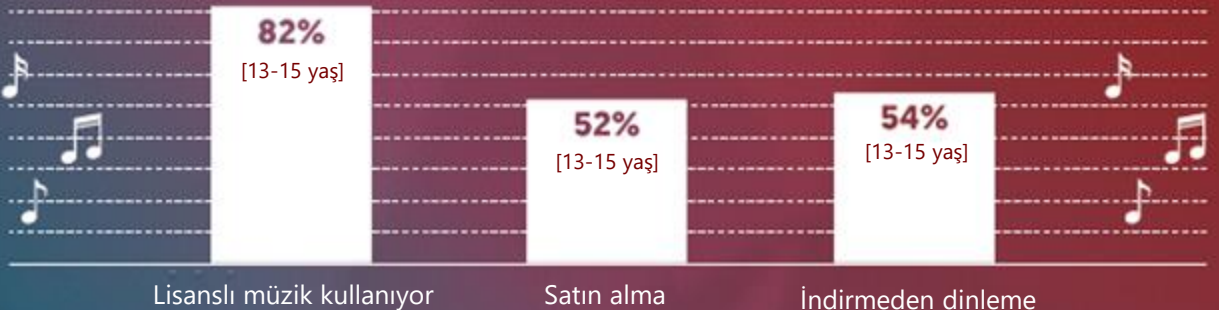
YOUTUBE

YouTube, müzik hizmetlerinde başı çekiyor



GENÇ TÜKETİCİLER

Yeni nesil tüketiciler lisanslı müziğe yoğun ilgi gösteriyor





MÜZİK TÜKETİMİ

Lisanslı dijital hizmetler tüketicilerin seçeneklerini artırdı; giderek daha fazla tüketici indirmeden müzik dinleme hizmetlerini ücretli kullanıyor. 10 internet kullanıcısından 7'si (%71) lisanslı müzik kullanıyor, pek çoğu birden çok erişim yönteminden yararlanıyor. Tüm internet kullanıcılarının yarısı (%48) bir şekilde müzik için ücret ödüyor.

%71

aktif lisanslı müzik tüketicisi olan
internet kullanıcılarının oranı*

%82

indirmeden
dinlemenin yanı sıra
bir başka formatta
da müzik satın alan
ücretli indirmeden
dinleme kullanıcıları

%48

bir şekilde
müziğe ücret
ödeyen internet



Satın alma
(fiziksel/indirme)

Ücretli
indirmeden
dinleme

*Lisanslı müzik tüketiminde radyo hariçtir

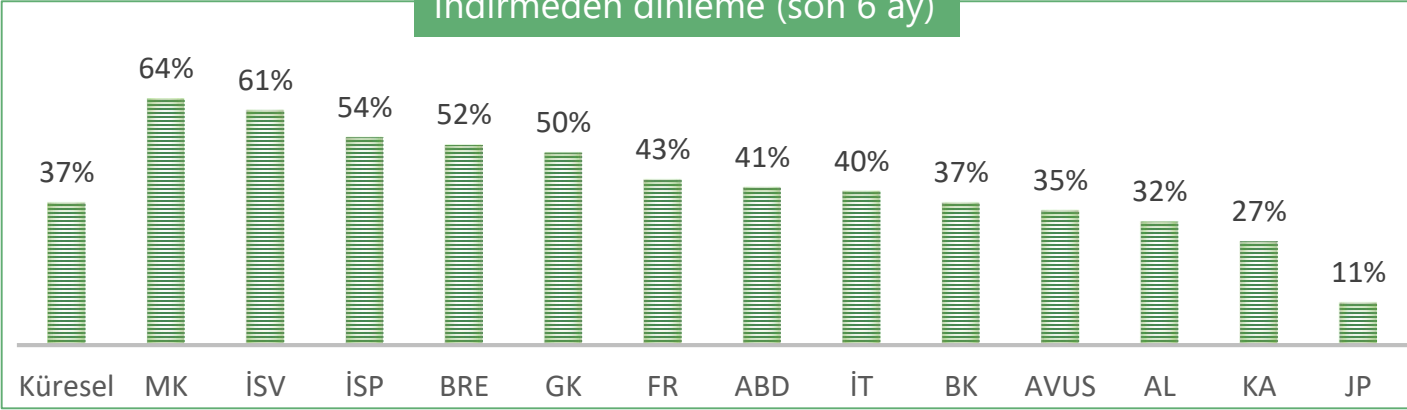
Araştırmadaki 13 ülkeden bütün katılımcılar bazında (s=12.610) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

İndirmeden müzik dinleme hizmetlerinin kullanımı yaygınlaşıyor. Küresel çapta, yaklaşık on internet kullanıcısından dördü (%37) indirmeden müzik dinleme hizmetlerini kullanıyor.

Meksika, İsveç, İspanya, Brezilya ve Güney Kore'de internet kullanıcılarının yarısı veya daha fazlası indirmeden müzik dinliyor.



İndirmeden dinleme (son 6 ay)



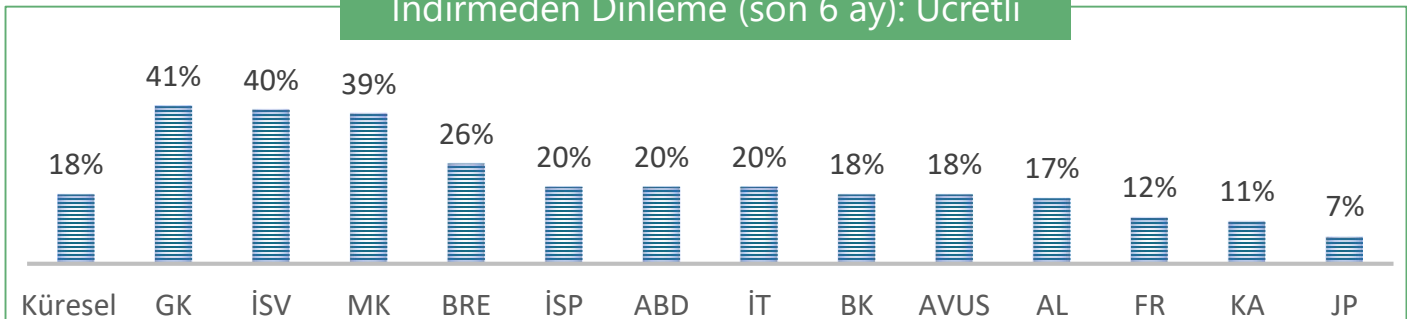
Ücretli indirmeden dinleme özellikle gençler arasında giderek artıyor; 16-24 yaş aralığındakilerin üçte biri (%32) ücretli aboneliğin avantajları için indirmeden dinleme hizmetlerine ücret ödüyor.

2016 yılında internet kullanıcılarının **%18'i** indirmeden dinleme hizmetini ücretli kullanıyor; 2015'te **%15** idi.

Ücretli indirmeden dinleme Güney Kore, İsveç ve Meksika'da en yaygın: Bu ülkelerde **10** internet kullanıcısının **4'ü** ücretli indirmeden dinleme hizmetlerini kullanıyor.

Küresel olarak 16-24 yaş aralığındakilerin üçte biri (**32%**) ücretli indirmeden dinleme hizmeti kullanıyor. Ücretli indirmeden dinleme hizmeti kullanan 16-24 yaş aralığındakilerin sayısı geçen yıla göre %39 arttı.

İndirmeden Dinleme (son 6 ay): Ücretli



Araştırmadaki 13 ülkeden bütün katılımcılar bazında (s=12.610) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

İndirmeden dinleme kullanım kolaylığı ve mevcut içerik yelpazesinin genişliğinden ötürü tercih ediliyor. Tüketiciler ayrıca güvenilirlik ve güvenliğe de önem veriyor; resmi, lisanslı müzik hizmetlerini kullanmak istiyor.

İndirmeden dinleme hizmeti kullanıcılarının artmasının pek çok sebebi var.

En yaygın sebep kullanım kolaylığı; ardından geniş bir müzik yelpazesinin mevcut olması ve yeni müzikleri keşfedebilme imkanı geliyor.

Çalma listeleri de bir başka cazibe kaynağı – hem yeni çalma listeleri yaratmak hem de kişiye özel hazırlanan ve önerilen çalma listelerinin bulunması.

İndirmeden dinlemeyi seçen pek çokları için güvenlik de önemli bir sebep. Hizmete güven duyma, güvenli ortam ve ödeme süreçlerinin güvenli olması belirtiliyor.

Çevrimdışı dinleyebilme (örneğin cepten) ve reklamsız olması da ücretli indirmeden dinleme hizmetlerinin anahtar cazibe noktaları.

Ücretsiz indirmeden dinlemenin popüler olmasının nedeni ücretsiz olması, bol miktarda müziğe bedelsiz erişim sunması.



10'da 8'den
fazla

ücretli indirmeden dinleme kullanıcısı aynı zamanda fiziksel format veya indirme satın alıyor (%82)



Araştırmadaki 13 ülkeden ücretsiz indirmeden dinlemeden yararlanmış bütün katılımcılar (s=6.016) ve ücretli indirmeden dinlemeden yararlanmış bütün katılımcılar bazında (s=3.849) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).



CEPTEN MÜZİK

Akıllı telefonlar özellikle gelişmekte olan ülkelerde müzik tüketimi için en fazla kullanılan cihaz olma yolunda gidiyor. Akıllı telefon, ücretli indirmeden dinleme hizmeti kullanıcıları arasında halihazırda en çok kullanılan cihaz olmuş durumda.

%55

2015'ten %10
daha fazla
(%50 idi)

...akıllı telefonda
müzik dinleyen
internet kullanıcıları



Akıllı telefonda müzik
dinlemenin en hızlı arttığı
ülkeler:



ABD

%29 daha çok kullanıcı



Japonya

%26 daha çok kullanıcı



Fransa

%12 daha çok kullanıcı

Bazı ülkelerde
internet kullanıcılarının

3'te 2'den fazlası

akıllı telefonu müzik
için kullanıyor



Meksika



Güney
Kore



Brezilya

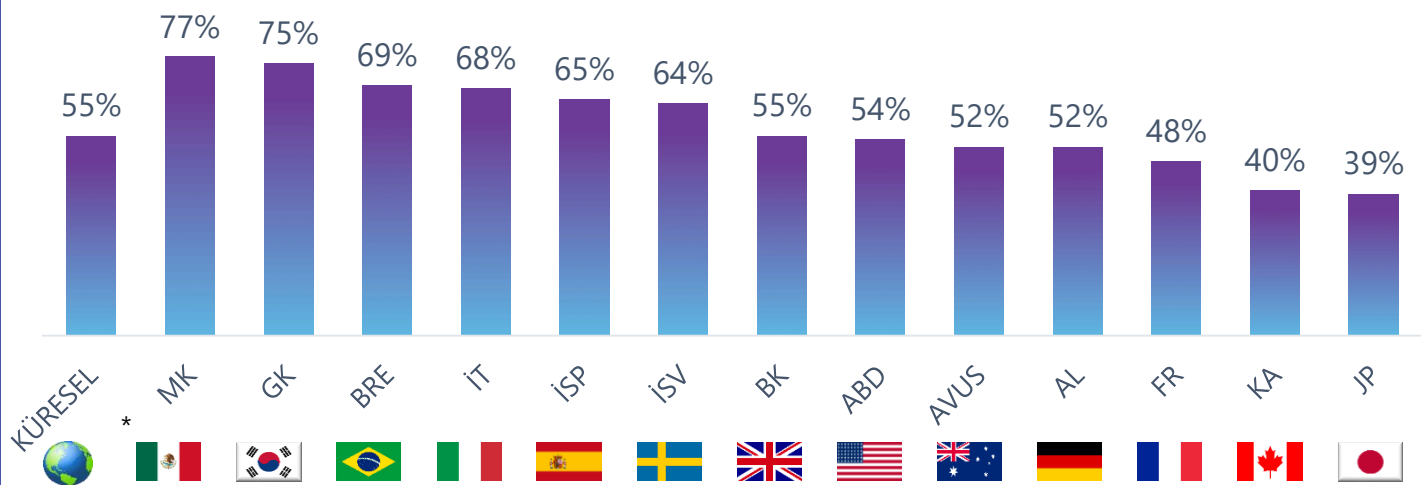


İtalya

Araştırmadaki 13 ülkeden bütün katılımcılar bazında (s=12.610) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

Lisanslı müziğe erişim için, özellikle ücretli hizmetlerde akıllı telefonlar giderek daha fazla tercih ediliyor.

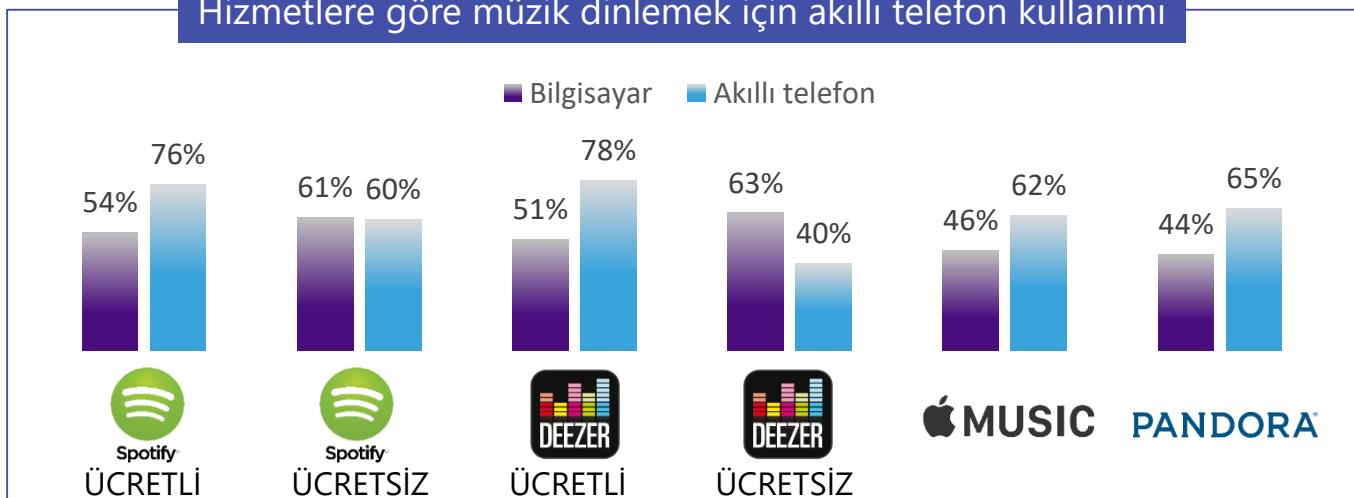
Ülkelere göre müzik dinlemede akıllı telefon kullanımı (son 6 ay)



2015 yılına kıyasla internet kullanıcıları müzik dinlemek için bilgisayarı daha az (2015'te %69 iken 2016'da %66), akıllı telefonu daha çok kullanıyor. Son altı ay içinde akıllı telefondan müzik dinleyenlerin oranı **%55** oldu (2015'te %50 idi)

Üstelik farklı müzik hizmetleri için kullanılan cihazlara baktığımızda, ücretli indirmeden dinleme hizmeti kullananların akıllı telefondan müzik dinlemesi daha olası görünüyor. Ücretli indirmeden dinleme hizmetlerinin çevrimdışı kullanım işlevselliği burada önemli bir potansiyel faktör oluyor.

Hizmetlere göre müzik dinlemek için akıllı telefon kullanımı



*Küresel, araştırmaya dahil edilen 13 ülke anlamındadır.

Araştırmadaki 13 ülkeden bütün katılımcılar bazında (s=12.610) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika). Baz ölçütler hizmete göre değişiklik göstermektedir.



İNDİRMEDEN VIDEO İZLEME HİZMETLERİ

YouTube 1 milyardan fazla kullanıcısıyla* dünyanın en çok kullanılan çevrimiçi müzik tüketim hizmetidir. Kullanıcılarının %82'si YouTube'u müzik için kullanıyor, bu oran 16-24 yaş aralığında %93'e çıkıyor.

YouTube kullanıcılarının



YouTube'u müzik dinlemek
için kullanıyor

...ve bunların



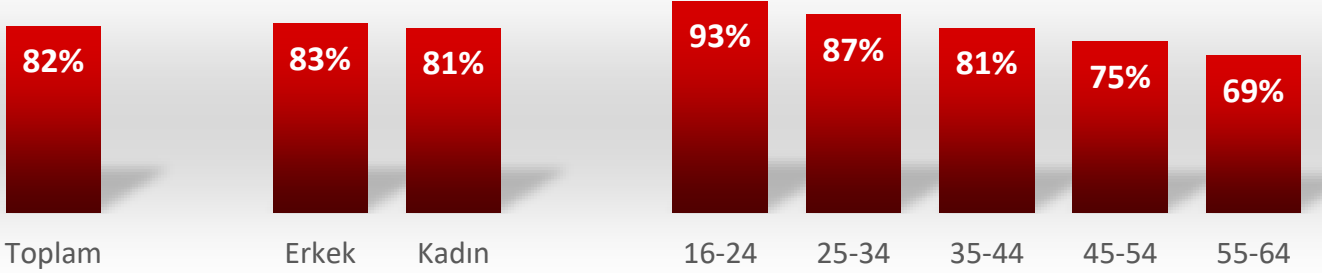
zaten bildiği müziği
dinliyor

*Kaynak: YouTube istatistikleri <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>

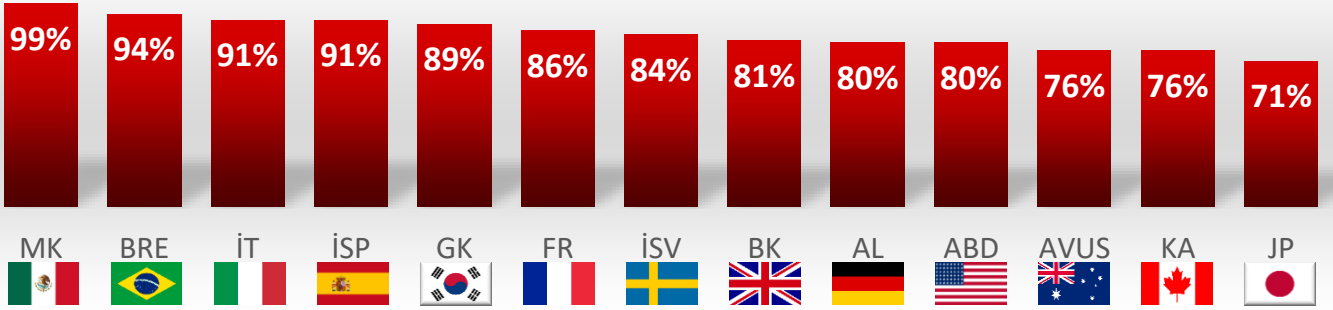
Son altı ayın YouTube kullanıcısı (s=10.552), son altı ayda YouTube üzerinden müzik dinlemiş/izlemiş (s=8.409) olan bütün katılımcılar bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

YouTube'un müzik hizmeti olarak önemi açıktır: Küresel çapta 16-24 yaş aralığındaki YouTube kullanıcılarının onda dokuzundan fazlası (%93) YouTube'u müzik dinlemek için kullanıyor.

YouTube'un müzik için kullanımı – demografiye göre
(YouTube kullanıcıları arasında)



YouTube'un müzik için kullanımı – ülkeye göre
(YouTube kullanıcıları arasında)



Genel olarak, YouTube kullananların **%82'si** YouTube'u müzikle ilgili faaliyetler için kullanıyor.

Bu oran 16-24 yaş aralığındaki YouTube kullanıcılarında en yüksek düzeyde; son altı ayda bu yaş aralığındakilerin **%93'ü** YouTube'u müzik için kullanmış. Bu oran 25-34 yaş aralığındaki YouTube kullanıcıları için **%87**.

YouTube'un müzik için kullanımı özellikle Meksika, Brezilya, İtalya, İspanya'da yüksek, bütün YouTube kullanıcılarının **%90'ından** fazlası YouTube'u müzik için kullanmış.

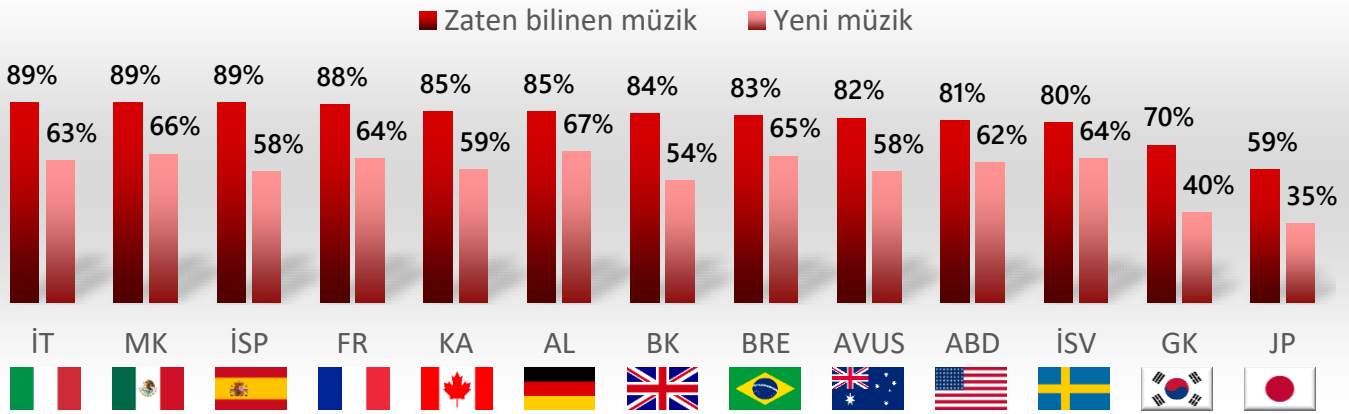
Son altı ayın tüm YouTube kullanıcıları (s=10.552) bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

YouTube, yeni müzik keşfetmekten çok isteğe bağlı müzik tüketimi için kullanılıyor: YouTube müzik kullanıcılarının %81'i zaten bildikleri müziği dinlerken, %58'i YouTube'u yeni müzikleri keşfetmek için kullanıyor.



...oranında
YouTube müzik
kullanıcısı zaten
bildikleri müziği
dinliyor

YouTube üzerinden dinlenen müzik – bilinen / yeni müzik (son 6 ay)



YouTube'un en yaygın kullanımı, zaten bilinen müzikleri dinlemek için.

13 ülkeden 11'inde (Japonya ve Güney Kore dışındakilerin hepsinde) YouTube müzik kullanıcılarının en az **onda sekizi** zaten bildikleri parçaları dinliyor.

Kullanıcıların büyük bölümünün zaten bildikleri müziği dinlediği düşünülürse, bu platformda yeni müzik keşfeden **%58**'lik kesimin büyük bölümünün de o müzikleri YouTube'dan dinlemeye devam edeceğini varsaymak makul olur.



Son altı ayda YouTube üzerinden müzik dinlemiş/izlemiş (s=8.409) tüm katılımcılar bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

Videoları ücretsiz olarak indirmeden izleme ağırlıklı olarak ücretli müzik dinlemenin alternatifi olarak kullanılıyor. Müzik videolarını indirmeden izleyenlerin yarısı (%49) "ücretsiz" olduğu için, sadece dörtte biri (%27) "satın almadan önce örnek dinlemek" için bu hizmetten yararlanıyor.



YouTube gibi ücretsiz video izleme hizmetleri en yaygın olarak ücretli müzik dinlemenin alternatifi olarak kullanılıyor. Ücretsiz video izleme hizmetlerinden müzik dinleyenlerin **%49'u** "ücretsiz" olduğu için bunu tercih ediyor. Kullanıcıların sadece **%27'si** müzik satın almadan önce örnek dinlediğini söylüyor.

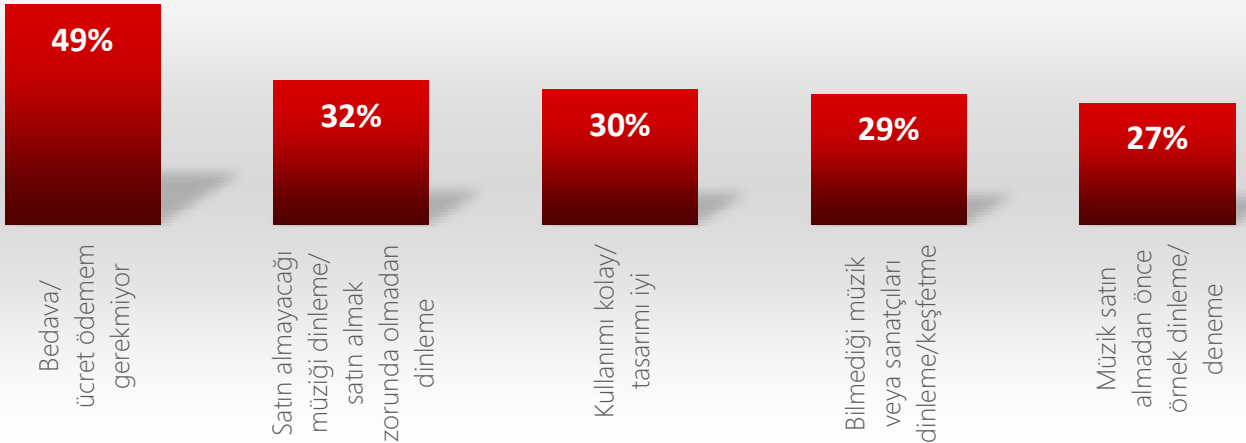
YouTube müzik erişimini ücretli yapsa, piyasaya yeni müzik "alıcıları" girerdi. Halihazırda YouTube müzik kullanıcılarının **%13'ü sadece** ücretsiz olarak müzik dinliyor

fakat YouTube ücretli hale gelse müzik için ücret **öderdik** diyorlar. Bu kullanıcılar ya YouTube'u ya da bir başka ücretli müzik hizmetini kullanırlardı.

YouTube'un 1 milyardan fazla kullanıcısı olduğu düşünüldüğünde, müzik için ücret ödemeye hazır geniş bir ek kitle var demektir.



İndirmeden ücretsiz video izlemenin temel sebepleri



Herhangi bir zamanda ücretsiz bir video sitesini kullanmış tüm katılımcılar (s=8.212) bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).



LİSANSSIZ MÜZİK

Telif hakkı ihlali hâlâ büyük bir sorun. Bütün internet kullanıcılarının üçte birinden fazlası (%35) telif hakkını ihlal eden müzik kullanımında bulunuyor. İhlal davranışlarının niteliği de değişiyor, önceki indirme biçimlerinin yerini indirmeden dinleme/izleme kaynaklarından sabit diske kopyalama alıyor.

%35

lisanssız hizmetleri
kullanan internet
kullanıcılarının oranı

%30

oranında internet
kullanıcısı
akışı sabit diske
kopyalama
hizmetlerini kullanıyor

...daha fazlası...

%49

16-24 yaş aralığındaki
oran

İnternet kullanıcılarının üçte birinden fazlası (%35) müziğe erişimde telif hakkı ihlali bulunuyor. Müzik tüketim yöntemlerinin değişmesi, ihlal davranışını da etkiledi; indirmeden dinleme/izleme kaynaklarından sabit diske kopyalama, önceki indirme yöntemlerinden daha yaygın hale geldi.

Demografiye göre telif hakkı ihlali (son 6 ay)

herhangi bir korsan kullanımı %

35%

Toplam

40%

Erkek

30%

Kadın

55%

16-24

46%

25-34

30%

35-44

24%

45-54

17%

55-64

Akış kopyalama %	30%	35%	26%	49%	40%	25%	21%	16%
------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

İndirme %	19%	23%	16%	35%	27%	16%	11%	7%
-----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----

İnternet kullanıcılarının **%35**'inin son 6 ay içinde telif hakkını ihlal eden müziğe erişimi olmuştur. Telif hakkı ihlali genç yaşta internet kullanıcıları arasında daha yaygındır.

İndirmeden dinleme hizmetlerinin artışıyla birlikte, telif ihlal eden davranışlar da "geleneksel" indirme yönteminden, bugün en yaygın telif hakkı ihlali olan "ripping"e, yani indirmeden dinleme/izleme kaynaklarından sabit diske kopyalamaya kaymıştır.

Arama motorlarının korsandaki rolü

Google'da ücretsiz müzik arayan internet kullanıcılarının

%66'sı

lisanssız müzik içerik bakıyor

Arama motorları hâlâ çok sayıda kullanıcıyı lisanssız müzik sitelerine yönlendiriyor. İnternet kullanıcılarının dörtte biri (**%23**) "ücretsiz müzik" bulmak için Google'ı kullanıyor, bunların da üçte ikisi (**%66**) açıkça korsan içerik arıyor.

Bu oran özellikle Meksika, Brezilya ve ABD'de yüksek; buralarda Google üstünden ücretsiz müzik arayanların neredeyse dörtte üçü telif hakkını ihlal eden web sitelerini arıyor.

Tüm yanıt verenler (s=12.610), Google'da ücretsiz müzik araması yapanların tümü (s=3.262) bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

İndirmeden dinleme/izleme kaynaklarından sabit diske kopyalama yöntemi diğer indirme biçimlerini geçerek en hızlı büyüyen telif ihlal biçimi haline geldi. 10 internet kullanıcısından 3'ü (%30) bu şekilde kopyalama yapıyor; 16-24 yaş aralığında ise yaklaşık yarısı (%49).

%30

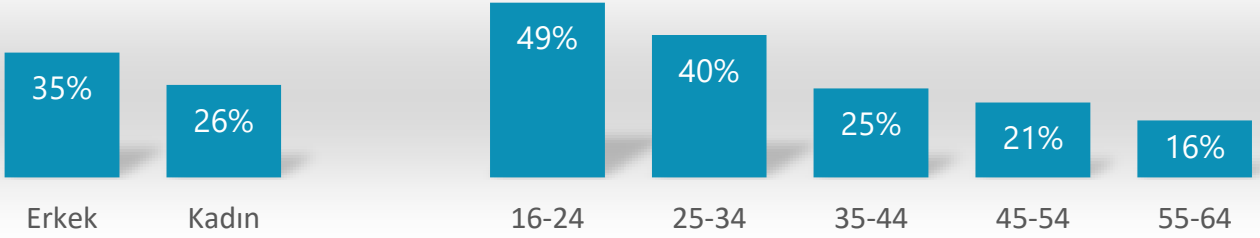
oranında internet
kullanıcısı
internetteki akışı
kopyalıyor

...daha fazlası...

%49

16-24 yaş aralığındaki
oran

Demografiye göre akış kopyalama (son 6 ay)



İnternet kullanıcılarının **%30'u** son altı ay içinde internette izlenen/dinlenen müziği kopyalamış (**%27'si** bilgisayara, **%19'u** cep telefonuna).

Bu oran, 2015'teki **%27'ye** kıyasla önemli bir artış. İnternette akış kopyalama özellikle 16-24 yaş aralığında yaygın (2015'te **%41** iken 2016'da **%46'ya** yükselmiş).





GENÇ MÜZİK TÜKETİCİLERİ

13-15 yaş aralığındakiler, lisanslı müziğe erişim imkanlarının geniş olduğu bir dünyada büyüdü ve yoğun olarak müzik dinliyor. %82'si lisanslı müzik kullanıyor ve çoğunluğu müzik için ücret ödemeye hazır.

13-15 yaş aralığındakilerin müzikle ilişkisi de 16-24 yaş aralığındakilere (lisanslı müziği en çok kullanan grup) benziyor. Demek ki "yeni nesil" müzik tüketicileri müzikle ilişkileri bakımından olumlu sinyaller veriyor.



13-15 yaş

16-24 yaş



%69

İndirmeden ücretsiz
video izleme

%75

%52

Satın alma
(fiziksel veya
indirme)

%55

%54

İndirmeden lisanslı
müzik dinleme

%62

ücretsiz
%50

ücretli
%26

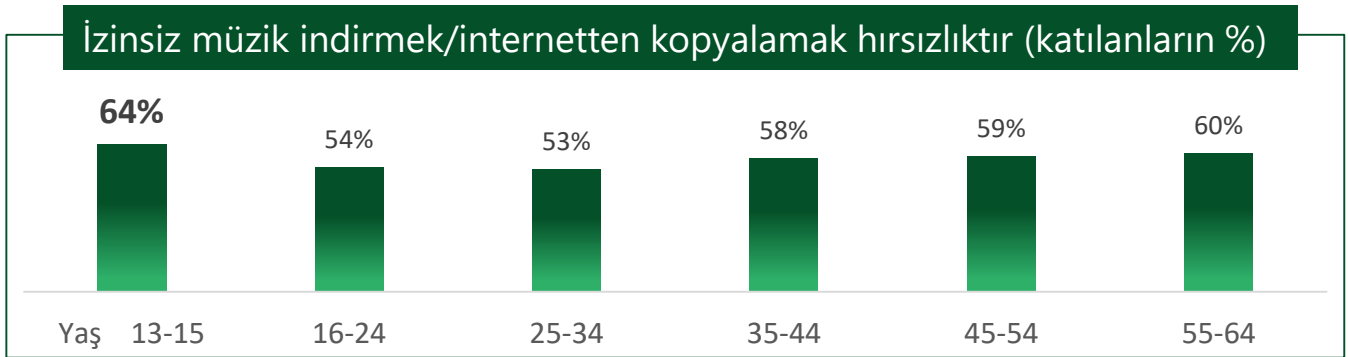
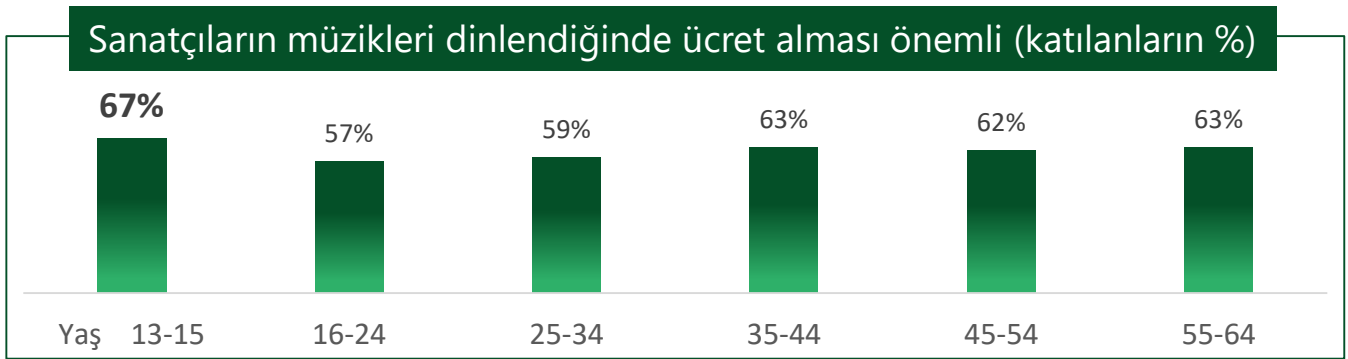
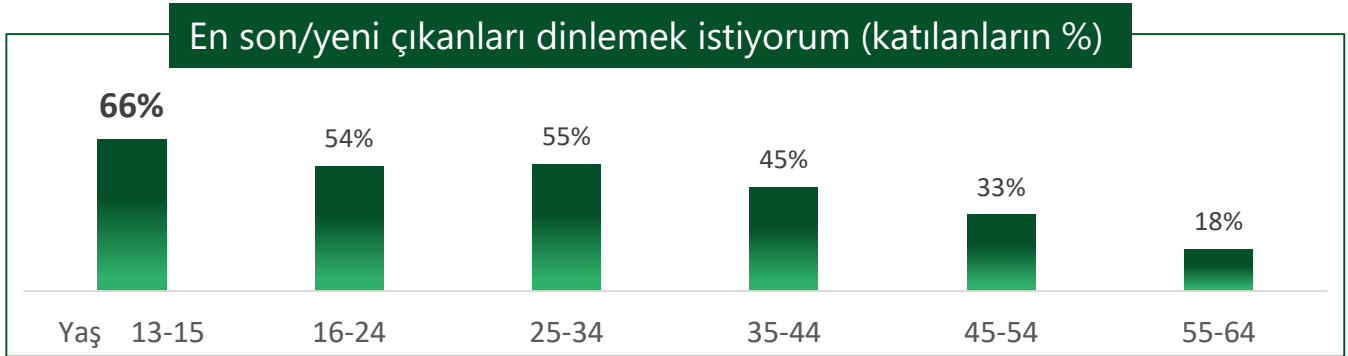
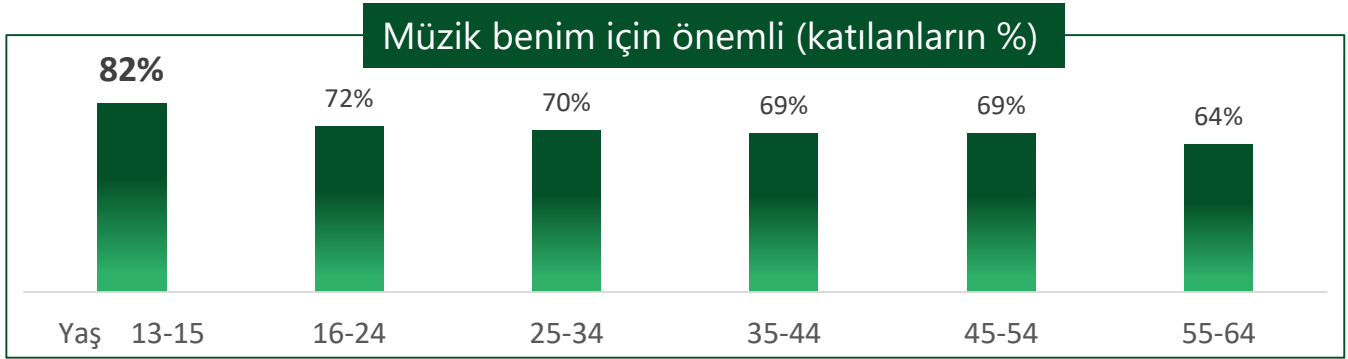
ücretsiz
%55

ücretli
%33

13-15 yaş aralığındakilerin büyük dijital müzik sağlayıcılarla bağlantısı yüksek. Farkındalık ve kullanım düzeyleri neredeyse 16-24 yaş aralığındakilerle aynı.

Tüm 13-15 yaş aralığındakiler (s=1.287), tüm 16-24 yaş aralığındakiler (s=2.431) bazında, araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).

13-15 yaş grubu müziğe, özellikle yeni müziklere karşı tutkulu olmakla kalmayıp, sanatçıların yaratıcılıklarından ötürü ödüllendirilmesi gerektiğine ve hırsızlık etmenin yanlış olduğuna inanıyor.



Araştırmadaki 13 ülkeden bütün katılımcılar bazında (s=12.610) (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika).



EK

Yöntem

Bu bulgular, dünyanın önde gelen 13 müzik piyasasında, yaşları 16 ila 64 (Meksika'da 16 ila 50) arasında değişen internet kullanıcılarıyla yapılan ankete dayanmaktadır (her ülkeden ankete katılan sayısı ABD s=906, Kanada s=900, BK s=900, Fransa s=900, Almanya s=900, İspanya s=900, İtalya s=902, İsveç s=900, Avusturalya s=902, Japonya s=902, Güney Kore s=901, Brezilya s=900, Meksika s=897).

Çalışma Mart-Nisan 2016'da tüketicilerin lisanslı ve korsan müzik hizmetlerine dair kullanım ve tutumlarını keşfetmek amacıyla yapıldı. 13-15 yaş aralığındaki internet kullanıcıları da araştırıldı fakat ana sonuçlar 16 yaş ve üzeri internet kullanıcılarına dayanıyor.

13 ülkenin tümünden gelen sonuçları ifade eden küresel rakamlar, 16-64 (Meksika'da 16-50) yaş aralığındaki internet kullanıcıları evrenine göre ağırlıklandırılmıştır.

Anket üzerine notlar

Araştırılan ülkelerde nüfusun internet kullanımı ortalama %80 civarındaydı; sadece İtalya'da %60, Brezilya ve Meksika'da %50 civarındaydı. İnternet kullanımı daha düşük olan ülkelere, çevrimiçi anketlerin internet kullanıcı nüfusunun geniş kesimi tarafından pek kullanılmadığı, anket katılımcılarının daha çok dijital hizmetleri ilk benimseyenlerden oluştuğu düşünülmektedir. Bu ülkelerde çeşitli dijital müzik hizmetlerinin kullanım oranlarının diğer piyasalara kıyasla yüksek çıkması da bunun yansımasıdır. Ayrıca Meksika'da anket katılımcılarının yaş profilinin (16 ila 50) diğer ülkelere kıyasla (16 ila 64) daha genç olması nedeniyle hizmet kullanım düzeyleri yüksek çıkar, zira gençlerin kullanıcı olması daha muhtemeldir. Ek olarak, Meksika ve Brezilya'daki anketler sadece kentli internet kullanıcılarını temsil eder, bu da kullanım düzeylerinin yüksek çıkmasına yol açabilir.



Ipsos Connect



Bu çalışma uluslararası piyasa araştırmaları kalite standardı ISO 20252:2006 'ya ve Ipsos MÖRİ Hüküm ve Şartlarına (<https://www.ipsos-mori.com/Assets/Docs/Legal/ipsos-mori-terms-and-conditions.pdf>) uygun olarak gerçekleştirilmiştir

Ipsos

Paul Maskell

Paul.Maskell@ipsos.com

+44 (0)20 8515 3467

IFPI

Insight and Analysis

insight@ifpi.org

+44 (0)20 7878 7900