

## Notas sobre um incentivo fiscal ao mercado digital nacional de música

### Sumário executivo

O mercado musical de *streaming* é um mercado de grande escala. São necessários números muito significativos de *streams* para gerar remunerações que possam, por si, cobrir os investimentos necessários em gravação, edição, distribuição digital e promoção de uma faixa.

Portugal, tem, desde logo, um problema de dimensão. Aliás, a reduzida dimensão do mercado nacional não permitiu até hoje a instalação de filiais locais das grandes plataformas de *streaming*, tendo falhado a tentativa de implementação e manutenção de uma plataforma de origem nacional.

O crescimento do mercado nacional terá necessariamente de assentar em dois eixos: (i) **aumento do mercado interno** e (ii) incremento das exportações. Nestas notas abordaremos o primeiro dos dois.

O problema da dimensão do mercado não está (só) na dimensão da sua população, mas sobretudo, nos hábitos de consumo, sendo caracterizado por **uma fraca penetração dos serviços de *streaming* pago pelo utilizador, que geram, em média 6 vezes mais receita** para autores, artistas e produtores, que os serviços suportados por publicidade e sem custos para o utilizador.

A taxa de penetração nacional dos serviços de *streaming* pagos pelo utilizador face à população, rondará **um terço da média europeia**.

Um incentivo fiscal ao crescimento das assinaturas pagas de plataformas de *streaming* que contribua para que Portugal alcance taxas de penetração deste tipo de serviços próximas da média europeia, poderá:

- **Triplicar as receitas** desta componente de mercado;
- Ter um **impacto proporcional ainda maior nos resultados** gerados;
- **Aumentar diretamente** - e, pelo menos, proporcionalmente - **as receitas de artistas e autores**;
- **Aumentar o investimento em repertório nacional**, criando uma **forte incorporação nacional do resultado do benefício** a atribuir;
- **Não ter um impacto relevante em perda de receita fiscal**;
- **Incrementar as receitas fiscais em sede de IVA** (que na música tem a taxa de 23%), IRC e IRS;
- Ter um **saldo fiscal final tendencialmente positivo**.

## A criação de um incentivo fiscal em sede de IRS

Como medida de incentivo ao crescimento do mercado digital de obras e prestações musicais, as entidades propomos **uma dedução à coleta em sede de IRS**, das despesas com as respetivas subscrições.

Por razões que se encontram melhor explicitadas no memorando da PricewaterhouseCoopers (PwC), em anexo, esse incentivo não poderá ser previsto ao nível da dedução por exigência de fatura. Aliás, nem tal faria qualquer sentido no caso concreto.

Importa recordar que, a edição musical é precisamente um dos setores das Indústrias Culturais e Criativas que sofreu uma enorme erosão de receitas com a “migração” para o digital, **sendo o apoio à transição e adaptação ao digital, um desígnio das políticas públicas nacionais e da União Europeia.**

Do ponto de vista dos princípios gerais de políticas públicas é nosso entendimento que - independentemente da “calibragem” concreta da dedução – o “lugar certo” da cultura no quadro das políticas fiscais, será sempre a par com a educação e com a formação. **Este é o sinal de que o Estado tem oportunidade de dar, não só ao setor, como a toda a sociedade.**

Aliás, se analisarmos o sistema fiscal de tributação do rendimento das pessoas singulares, português, fácil é de concluir que, a par com deduções à coleta e incentivos cuja *ratio* se prende com interesses de maior eficiência tributária (como é o caso da exigência de fatura) ou de justiça e neutralidade fiscal (ex. dupla tributação) **outras deduções e benefícios prendem-se exclusivamente com interesses de promoção de determinadas práticas e objetivos de políticas públicas exógenos à atividade tributária.** A título meramente exemplificativo referimos os incentivos ao desporto, cultura e recreio; à educação, à produção cinematográfica e audiovisual; à propriedade intelectual; à denominada economia verde e ecologicamente sustentável ou ao mecenato.

**É, pois, comum a utilização de benefícios fiscais para promover ou alavancar políticas públicas ou para promover atividades e práticas social e culturalmente relevantes.**

Já se a introdução de norma com tal efeito é feita no Código do IRS ou no EBF, é algo que deixamos ao prudente critério do legislador.

## I. A situação atual da edição e distribuição digital de música

No que se refere à edição e distribuição digital de Música, e apesar do crescimento dos últimos anos, a reduzida velocidade de tal crescimento, deixa este setor muito aquém de valores históricos “pré-digitalização”, como facilmente se comprova pelo quadro infra:

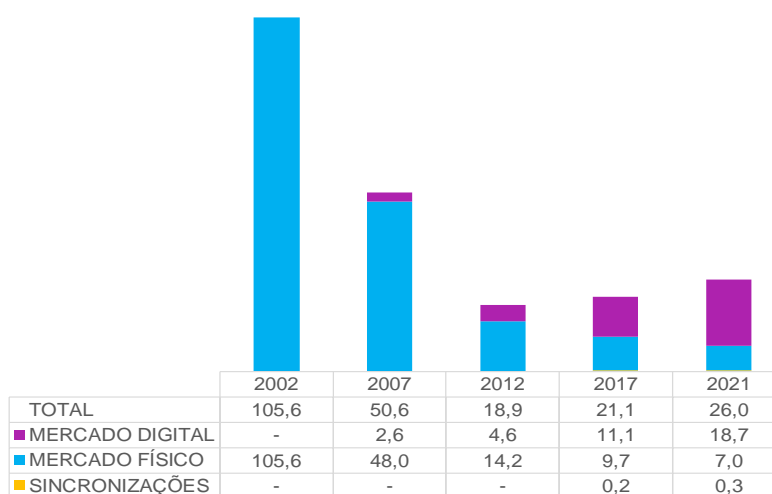


Gráfico 1: Números de mercado Audiogest/ AFP 2002 – 2021

Fácil é de constatar que, apesar do crescimento do mercado digital (sobretudo a partir de 2015), em 2021 o volume de negócios da edição musical equivaliu a 25% do registado em 2002, sendo certo que a curva ascendente em que nos encontramos tem uma inclinação muito menos acentuada que a curva descendente verificada até 2012.

Tudo isto ocorre porque o mercado digital (sobretudo o musical) **carece de escala para garantir a sua sustentabilidade e um mínimo de rentabilidade** para todos os que criam, interpretam e investem em bens culturais. Como veremos adiante, Portugal tem, além do problema de escala da sua população, um outro: o da fraquíssima penetração dos serviços digitais de música.

Como, por outro lado, é impossível, anacrónico e politicamente errado, tentar travar a digitalização, a solução só pode passar por incentivar o crescimento, acelerando-o.

No que toca à estrutura e concentração do mercado da edição musical, importa referir que, nos últimos 5 anos, temos assistido a **um crescimento exponencial do número de produtores /**

**editores fonográficos, sem precedentes em toda a história da edição musical.** Em muito pouco tempo a AUDIOGEST passou de pouco mais de duas dezenas para quase três centenas de associadas, maioritariamente pequenas empresas nacionais ditas “independentes”, muitas delas detidas ou controladas pelos próprios artistas. Esta tendência para a profissionalização do setor independente, acompanhou o crescimento exponencial do número de novos projetos musicais. Infelizmente o crescimento da receita está ainda a níveis muito reduzidos, quando comparado com a UE.

Falamos, assim, essencialmente, de **pequenas e microempresas nacionais que – mais que quaisquer outras – precisam de “criar escala”, para subsistir num mercado cada vez mais competitivo e global.** Este novo e emergente setor empresarial da cultura, que contribui determinantemente para a afirmação da cultura nacional, pode e deve ser apoiado, num contexto de mercado e com o objetivo final de alavancar o investimento privado pelo alargamento do mercado.

## II - O Custo do Incentivo Proposto

Como é compreensível, às entidades proponentes é particularmente difícil calcular os impactos diretos de perda de receita com tais medidas. De facto, seriam precisas informações com alto grau de detalhe (que só a AT poderá possuir) de elementos declarativos históricos presentes nas declarações prestadas pelos agregados familiares.

Todavia, bastará levar em conta que as deduções à coleta em sede de IRS estão sujeitas a limites máximos, para concluirmos que **qualquer dedução, nesta sede, terá um impacto real e efetivo (no que toca à potencial perda de receitas) inferior ao seu valor potencial**, e, como adiante se demonstra, inferior aos benefícios económicos e fiscais que dele podem advir.

Como resulta do memorando da PwC, em anexo, a dedução proposta, em muitos casos, poderá “não ter impacto no imposto final a pagar pelo contribuinte” e “o montante da despesa fiscal decorrente da introdução de uma dedução á coleta nos termos acima será necessariamente muito inferior ao valor indicado [nos cálculos que a AUDIOGEST apresenta em anexo]” (sublinhado nosso).

### III – Os impactos positivos da proposta

#### III.I – Perspetivas de Crescimento

É possível tentar fazer uma demonstração (ainda que aproximativa) de **potenciais impactos positivos** com base em hipóteses concretas e reais de mercado.

Para tanto, centramo-nos nas subscrições dos serviços digitais de música em *streaming*. O exemplo é relevante, até porque se trata de uma área em que sabemos que:

- (i) O valor total das receitas geradas (e, logo, proporcionalmente, da parcela que é atribuída a produtores e artistas) é significativamente maior – **cerca de seis vezes mais** – nos **serviços de subscrição (com assinatura paga) quando comparados aos serviços suportados por publicidade**;
- (ii) **A proporção dos subscritores por assinatura**, face ao total de utilizadores das plataformas é particularmente reduzida em Portugal (cerca de 29%) o que é bem demonstrativo que a apetência pelo consumo é grande, mas a taxa de conversão para serviços de assinatura é muito reduzida<sup>1</sup>;
- (iii) Em 2022, a **Taxa de penetração destes serviços (pagos pelo consumidor)**, face à população geral em Portugal (5%) é particularmente reduzida face à média europeia (16%)<sup>2</sup>.

Daqui decorre que, não só **faz todo o sentido, em termos de políticas públicas, promover a subscrição de serviços digitais**, como também que há **uma significativa margem de progressão da taxa de penetração destes serviços e logo da receita de todos os intervenientes na cadeia de valor**. É pois, essencial, que a política fiscal contribua para a aceleração desse crescimento.

É legítimo e realista ambicionar que, com o incentivo certo ao incremento do mercado, Portugal se deverá aproximar da média europeia, e **passar das cerca de 534 mil subscrições** (dados de 2022) **para valores próximos de 1,6 Milhões**.

---

<sup>1</sup> A percentagem indicada refere-se ao serviço “Spotify”, que, além de ser o mais utilizado em Portugal presta ambos os serviços: Gratuito (suportado por publicidade) e por assinatura (pago pelo consumidor). Neste caso, foi feita a conversão dos “pacotes familiares” em números de acessos.

<sup>2</sup> Neste caso os dados referem-se ao total de assinaturas (pagas) de todos os serviços, face à população total. Não nos foi possível fazer a conversão, em todos os países da UE, entre subscritores e acessos (o que releva nos “pacotes familiares”). No entanto tal conversão é negligenciável, na medida em que, em ambos os casos (Portugal e UE) a proporção está a ser calculada sobre a mesma base (número de subscrições).

### III.II – Impactos positivos em matéria de crescimento económico e de receita fiscal

Procuramos, seguidamente, assinalar os potenciais impactos económicos da proposta apresentada, no que ao setor da edição musical respeita:

#### (i) A Receita de IVA:

Para cálculo dos impactos fiscais, é essencial ter em conta que qualquer crescimento terá, desde logo, **um impacto positivo em receita gerada.**

Tomemos o exemplo do “pacote familiar” oferecido pelo Spotify (o mais popular em Portugal), com um **preço antes de IVA de 11,37€ / mês** (valor antes de IVA que é praticado pelo Spotify, a partir do mês de agosto de 2023), o que corresponde ao **valor anual antes IVA de 136,44 €.**

Para este tipo de pacote e valores, é possível prever impactos positivos na receita fiscal.

O IVA nas subscrições de serviços musicais, constituiu receita do Estado Português (independentemente do país de origem da plataforma) sendo aplicável a taxa de 23%. Tal equivale a **um valor anual de receita fiscal, por assinatura adicional, que corresponderá a um valor de 31,38€.**<sup>3</sup>

Claro que será sempre possível argumentar que o IVA arrecadado poderá não atingir esse valor adicional por assinatura ou que a arrecadação da receita dependerá em muito do sucesso real do incentivo. Mas, é também possível contrapor que, não só haverá um necessário incremento de receitas de IVA por assinatura adicional, como também não é menos verdade que, o nível de sucesso de medida é também diretamente proporcional, não só à potencial receita fiscal adicional, como também à potencial perda de receita em sede de IRS pago pelos sujeitos passivos subscritores.

#### (ii) O Aumento de Receita e de Resultado das Empresas de Edição Musical e da Coleta de IRC

Tendo em conta a forma como se organiza a indústria musical, a esmagadora maioria dos consumos efetuados em Portugal (de reportório nacional ou estrangeiro) **geram uma receita para empresas nacionais, tributadas em Portugal em sede de IRC.**

---

<sup>3</sup> O Memorando da PwC é taxativo ao afirmar, na nota 3, pag. 8 que “... em Portugal, uma vez que a plataforma não terá despesas, tais como custos de estrutura, etc., não terá IVA a deduzir ao imposto a liquidar pelos serviços de *streaming* prestados. Deste modo, apenas haverá IVA a entregar ao Estado Português.” Ou seja: a receita do estado português é de 23% sobre o valor de cada assinatura subscrita em Portugal.

De facto, mesmo o consumo de reportório estrangeiro (dito “internacional”) da titularidade das grandes editoras multinacionais (todas com filiais em Portugal que se constituem como sociedades comerciais nacionais e aqui tributadas), constituem receita dessas mesmas empresas.

Ora, se assumirmos – na falta de outros dados independentes - que cerca de 52% a 55% dos valores gerados pelo *streaming* (antes de IVA) constituem receita dos titulares de direitos sobre a gravação<sup>4</sup>. Sabendo também que, a mesma fonte, estima a margem de lucro bruta dos produtores (editoras musicais), na edição e distribuição digital de música, em cerca de 11,8% das suas receitas<sup>5</sup>, **concluimos que, mesmo na situação atual de mercado, a receita fiscal de IRC teria um comportamento positivo.**

Mas, quanto a este aspeto, importa sobretudo valorizar os **benefícios económicos de crescimento efetivo de receita e de resultado**, que semelhante medida poderá potenciar.

Neste particular, importa sublinhar que a venda digital de música tem uma característica peculiar quando comparada com a venda física: **os custos marginais de cada unidade vendida (cada *stream* ou cada assinatura adicional) são, quase todos, praticamente negligenciáveis.**

Daqui decorre que, um incentivo à procura, no segmento de mercado em que ela importa (a subscrição paga), precisamente porque gera mais receitas (cerca de seis vezes mais), **não acarretará para o produtor significativos custos adicionais** com gravação, produção, distribuição e promoção das gravações musicais e, tão pouco, aumentará os custos de estrutura. Dito de outro modo, **é espetável que o resultado possa vir a crescer bastante acima do crescimento proporcional da receita.**

O único custo (da editora discográfica) que **aumentará, pelo menos, na proporção direta do aumento da receita, é o custo que este suporta com royalties pagos aos artistas.** Porém, este é, por assim dizer, um “custo bom”. Ele corresponde, não só a um aumento da receita de quem “faz música” (os intérpretes), permitindo, pelo ganho de escala, aumentar a receita de milhares de

---

<sup>4</sup> Ponto 26 do Relatório “Economics of music streaming” produzido pela House of Commons do Parlamento do Reino Unido, disponível em [Economics of music streaming - Digital, Culture, Media and Sport Committee - House of Commons \(parliament.uk\)](https://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/economics-and-business-committees/economics-of-music-streaming-digital-culture-media-and-sport-committee/). Neste ponto, e porque os preços dos licenciamentos de reportório às grandes plataformas de streaming são negociados internacionalmente, não existem significativas diferenças de país para país.

<sup>5</sup> Ponto 42 do mesmo relatório. Note-se que, como a AUDIOGEST sempre referiu, as margens em Portugal, relativas à exploração de reportório nacional, serão bastante inferiores. Todavia, a utilização destes valores (à falta de outros de fontes independentes) só terá como consequência o subestimar dos impactos positivos da medida. O crescimento proporcional será tanto maior quanto menor for o ponto de partida atual das margens brutas efetivas do setor.



artistas (e cada vez mais artistas nacionais), como também a um aumento da receita fiscal por via do IRS cobrado a estes.

É assim seguro afirmar que, fruto da particular estrutura de custos que descrevemos, **um incentivo fiscal ao crescimento do mercado digital de música terá um impacto muito significativo no crescimento das margens do sector e, logo, na coleta de IRC.**

Note-se que, é obviamente com as receitas obtidas que as editoras investem na gravação e promoção de repertório nacional<sup>6</sup>, pelo que estamos perante um caso em que **o crescimento geral do mercado levará, necessariamente, ao aumento da “incorporação” nacional.**

Em 2021, o valor do mercado de *streaming* por subscrição (pago pelo utilizador), apropriado pelas produtoras / editoras musicais em Portugal, foi de 12,5 M€<sup>7</sup>. Como vimos, a aproximação de Portugal à taxa média europeia de penetração destes serviços, levaria a triplicar este número para valores que podem ultrapassar os 37 M€. Tal valor, mesmo que aquém de máximos históricos, corresponderia a um **amento de escala muito significativo**, o que é requisito essencial para a sustentabilidade deste mercado e para a sua capacidade real de gerar receitas.

No caso concreto, e com a estrutura de custos que acabámos de descrever, o aumento da receita – por via de uma política pública promotora do aumento da procura de assinantes – terá como consequência um **amento muito acentuado dos resultados**, com consequências em toda a cadeia de valor a jusante do produtor.

De facto, e como também já ficou dito, é legítimo esperar que esse crescimento se traduza num **crescimento direto do investimento em novas gravações de artistas nacionais**, em mais receita fiscal, em sede de IRC, e, não menos importante, é de esperar aumento da capacidade de pagar maiores royalties aos artistas<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> É importante assinalar que, mesmo entre as grandes editoras multinacionais, o reinvestimento de resultados incide, sobretudo, sobre repertório nacional, e não sobre repertório estrangeiro, cujos custos de gravação não são custos da filial portuguesa, e cujos custos de promoção são tipicamente menores, quando comparados com os incorridos em relação aos artistas nacionais.

<sup>7</sup> Relatório de números de mercado relativos a 2022 divulgado pela AUDIOGEST e AFP, disponível em [https://www.audiogest.pt/documents/files/Números%20Mercado%20CY%202022%20\\_v2\\_com%20direitos%20-%20público%202006.pdf](https://www.audiogest.pt/documents/files/Números%20Mercado%20CY%202022%20_v2_com%20direitos%20-%20público%202006.pdf).

<sup>8</sup> É interessante constatar que mercados digitais de grande dimensão, como é o caso do mercado Britânico (52 vezes maior, em volume de negócios que o mercado Português), a parcela de valor entregue aos artistas é significativamente elevada e até superior à margem de lucro do produtor (cfr. o citado relatório, pontos 26 e 42).

Note-se que, independentemente da discrepância atual que possamos ter entre o mercado nacional e grandes mercados europeus, os modelos indiciam que a aceleração do crescimento do número de subscritores terá sempre impactos muito substanciais no crescimento do resultado e das margens libertadas. Aliás, o impacto proporcional será até tanto maior, quanto mais reduzida forem as atuais margens.

Em suma, atendendo à forma como a Indústria da Edição Musical se organiza e à sua estrutura de custos, o crescimento deste segmento específico de mercado, importará três efeitos que, isolada ou conjuntamente, **serão sempre económica e fiscalmente positivos**:

- O **crescimento das margens** e do lucro tributável;
- O **aumento dos royalties pagos a artistas** e da receita tributável em sede de IRS;
- O **incremento do investimento em novas gravações e novos talentos nacionais**, e da capacidade de gerar mais receitas a médio prazo.

#### **(iii) Crescimento de receitas de Autores e Artistas:**

Como é evidente, e sendo os direitos de autor, pagos pelas plataformas, fixados sob a forma de percentagem sobre as receitas, qualquer crescimento do número de subscritores, levará a um **crescimento direto e proporcional das receitas dos autores**.

O mesmo ocorre com os **royalties pagos pelas editoras e distribuidoras digitais aos artistas** (muitos deles “autoeditados” e também produtores) mas, neste particular, como foi já sublinhado é provável que o aumento de receitas (e das margens libertadas) se traduza num crescimento proporcional da percentagem de royalty paga a estes titulares de direitos<sup>9</sup>.

Este aumento de rendimento terá também uma **tradução direta no aumento da receita fiscal de IRS**.

---

<sup>9</sup> Vide nota anterior.

#### IV – O papel da indústria musical

É evidente que o impacto positivo de um incentivo fiscal desta natureza, dependerá, em muito, da sua divulgação e da forma como o público (os subscritores que sejam contribuintes nacionais) percecionem as suas vantagens.

E é neste particular que, a ser aprovado tal incentivo, a indústria musical, designadamente através das associações que a representam, terá um importante papel. Sendo as editoras musicais (a par com os autores e artistas) os principais interessados nesta medida, elas terão todo o interesse em potenciar os seus efeitos reais, através de campanhas de divulgação e promoção.

Os cálculos efetivos de perda de tributação (por via do incentivo concedido) e aumento de receita, em resultado do crescimento do mercado, constam do anexo ao presente memorando.

#### Em anexo:

- Cálculos a Perdas e Ganhos Fiscais com o Benefício Proposto;
- Memorando elaborado pela PwC que confirma, em absoluto (e nalguns casos até por excesso, o raciocínio e a lógica fiscal subjacente aos cálculos efetuados.

A AUDIOGEST

Miguel Carretas - Diretor Geral

---