

Y CANLLAW CYTUNDEBAU



Y Canllaw Cytundebau

CYFLWYNIAD

Mae'r byd cerddoriaeth yn cynnwys cwmnïau ac unigolion sy'n gweithio gydag artistiaid i'w helpu i ryddhau refeniw mewn cysylltiad â'u cerddoriaeth, eu perfformiad a'u dilynwyr. Mae'r rhan fwyaf o gwmnïau cerddoriaeth yn arbenigo mewn ffrwd refeniw benodol, sy'n golygu y bydd gan artist lawer o bartneriaid busnes ar unrhyw adeg benodol.

Elfen allweddol o swydd rheolwyr artistiaid - fel yr un partner busnes sy'n ymwneud â phob agwedd ar yrfa artist - yw helpu eu cleientiaid i nodi a dewis eu partneriaid busnes eraill, trafod y cytundebau gyda phob partner busnes ac yna rheoli'r berthynas rhwng yr artist a'r partner busnes ar sail o ddydd i ddydd.

Y cwmni recordio - neu'r label recordio - yw'r partner busnes sy'n gweithio gyda'r artist i greu ac ecsbloetio'r gerddoriaeth maen nhw wedi'i recordio. Mae'r label wedi'u hystyried erioed fel partner busnes allweddol i'r artist - yn arbennig gyda thalent newydd - oherwydd yn ogystal â helpu artistiaid i greu a dosbarthu recordiadau, maen nhw hefyd yn darparu buddsoddiad a chymorth marchnata a all helpu'r artist i ddatblygu eu dilynwyr a'u busnes ehangach yn sgil hynny.

Yn ystod y deng mlynedd ddiwethaf mae'r berthynas rhwng yr artist a'r label wedi dechrau esblygu, yn rhannol o ganlyniad i ddatblygiad sianeli dosbarthu a marchnata digidol, ac yn rhannol o ganlyniad i'r ffaith bod rôl rheolwr yr artist wedi ehangu.

Mae labeli recordio – neu gwmnïau sy'n darparu gwasanaethau label recordio (efallai y byddant yn galw eu hunain yn labeli, dosbarthwyr neu'n gwmnïau gwasanaethau label) – yn parhau i fod yn bartneriaid busnes allweddol, yn arbennig ar gyfer talent newydd, ond mae natur y bartneriaeth wedi newid. Mae'r canllaw hwn yn trafod y gwahanol ffyrdd y mae artistiaid a labeli yn cydweithio, y mathau o gytundebau sydd ar gael i artistiaid heddiw a manteision ac anfanteision modelau artist/label gwahanol.

1. Y GWASANAETHAU Y GALLAI PARTNER LABEL EU DARPARU

Er eu bod yn canolbwyntio'n bennaf ar y gerddoriaeth sydd wedi'i recordio gan yr artist, a'r refeniw sy'n gysylltiedig â'r recordiadau hynny, gallai labeli ddarparu ystod eang o wasanaethau i'r artistiaid y maen nhw'n gweithio gyda hwy. Mae'r rhain yn cynnwys y canlynol:

BLAENDAL

Arian parod a roddir i'r artist ymlaen llaw. I dalent newydd, gallai'r cyfraniad arian parod hwn alluogi i artist ganolbwyntio ar eu cerddoriaeth ar sail llawn amser am y tro cyntaf. Y gobaith yw, drwy weithredu'n llawn amser, y gall artist ganolbwyntio ar ddatblygu'r nifer o ddilynwyr sydd ganddynt ac y bydd hynny yn ei dro, yn rhoi hwb i lifoedd refeniw ei gilydd. Nid y label o reidrwydd yw'r unig bartner busnes sy'n rhoi arian parod ymlaen llaw, er mai blaendal gan y label fyddai'r taliad mwyaf arwyddocaol yn draddodiadol.

COSTAU RECORDIO

Mae'r label yn trefnu ac yn talu am recordio cerddoriaeth yr artist. Byddai hyn yn cynnwys talu'r costau sy'n gysylltiedig â llogi gofod stiwdio, cynhyrchwyr recordio, peirianwyr sain a mastro, ac unrhyw gerddorion sesiwn. Yn ôl cyfreithiau hawlfraint y DU, drwy drefnu a thalu i'r recordiadau gael eu gwneud, y label fyddai perchennog diodyfyn hawlfraint y recordiad sain yn y traciau hynny.

DATBLYGIAD ARTISTIAID

Gallai'r label gefnogi datblygiad creadigol yr artist. Gallai hyn yn syml fod drwy ddarparu adborth anffurfiol, neu drwy ariannu sesiynau ysgrifennu a recordio caneuon, neu drwy drefnu cydweithrediaidau gydag artistiaid, ysgrifenywyr caneuon a chynhyrchwyr recordiau eraill.

DATBLYGU CYNNYRCH

Ar ôl cwblhau'r sesiynau recordio, bydd cynnyrch amrywiol cerddoriaeth wedi'i recordio yn cael eu creu gan gynnwys sengl, albwm ac EP i'w rhyddhau. Bydd y label fel arfer yn gweithio mewn cydweithrediad â'r artist a'u rheolwr i benderfynu ar ffurf y cynnyrch hwn, ac yna byddant yn comisiynu ac yn talu am elfennau gwledol, gan gynnwys ffotograffiaeth, gwaith celf a fideos.

DOSBARTHIAD DIGIDOL

Mae'r label yn trefnu i draciau sydd wedi'u cwblhau fod ar gael i'w lawrlwytho i bob siop a llwyfan ffrydio perthnasol. Mae gan rai labeli eu seilwaith eu hunain ar gyfer cyflenwi'r cynnwys hwn ac mae ganddynt gytundebau gyda'r gwasanaethau digidol, tra bydd eraill yn defnyddio seilwaith a/neu gytundebau trydydd parti.

GWEITHGYNHYRCHU A DOSBARTHIAD FFISEGOL

Os bydd cynnyrch ffisegol i'w rhyddhau – h.y. CD neu finyl – bydd y label yn trefnu i'r cynnyrch hyn gael eu gweithgynhyrchu a'u dosbarthu i fanwerthwyr y stryd fawr a thrwy'r post. Unwaith eto, mae'n bosibl y bydd gan labeli eu rhwydwaith dosbarthu ffisegol eu hunain neu byddant o bosibl yn defnyddio seilwaith trydydd parti. Gallai nifer o bartneriaid logisteg fod yn rhan o'r broses o drosglwyddo cynnyrch o'r ffatri i'r stryd fawr.

MARCHNATA I DDEFNYDDWYR

Wrth i recordiad gael ei ryddhau am y tro cyntaf, cynhelir ymgyrch farchnata i ddefnyddwyr i hyrwyddo'r artist a'r record. Bydd labeli fel arfer yn arwain y gweithgareddau marchnata hyn, ac yn creu cynllun ymgyrch mewn cydweithrediad â'r artist a'u rheolwr ac yna'n cynnal yr ymgyrch, naill ai'n fewnol neu drwy gyflogi asiantaethau trydydd parti.

Yn draddodiadol, byddai'r rhan fwyaf o ymgyrchoedd marchnata yn cael eu strwythuro o amgylch rhyddhau albwm, gyda thua deuddeg wythnos o weithgaredd yn arwain at y dyddiad rhyddhau ac wedi hynny. Ond gyda'r newid i ffrydio – sydd â'r nod o wrando dro ar ôl tro yn hytrach na gwerthiannau'r wythnos gyntaf – gallai fod angen ymgyrchoedd hwy.

Mae'n debygol y bydd ymgyrch marchnata albwm yn cynnwys gwaith gyda'r wasg a hyrwyddiadau, gweithgarwch ar y cyfryngau cymdeithasol ac e-bost, a hysbysebion, digwyddiadau a styntiau cyhoeddusrwydd o bosibl. Y flaenoriaeth i'r label yw cynhyrchu gwerthiannau a/neu ffrydio'r record, ond i'r artist – yn enwedig gyda

thalent newydd – mae datblygu brand a chynyddu eu dilynwyr yr un mor bwysig â datblygu ffrydiau refeniw eraill hefyd fel rhan o ymgyrch rhyddhau albwm.

MARCHNATA BUSNES-I-FUSNES

Yn ogystal ag ymgyrch marchnata i ddefnyddwyr, bydd y label hefyd yn hyrwyddo'r artist a'u recordiadau i gynulleidfa'r diwydiant. Yn draddodiadol byddai hyn yn golygu gweithgaredd gwerthiannau er mwyn darbwyllo manwerthwyr i werthu'r record. Yn y parth digidol, mae'r darparwr gwasanaeth digidol yn galluogi i unrhyw recordiadau gael eu gwthio i'w llwyfan, felly mae'r dulliau marchnata busnes-i-fusnes yn golygu sicrhau bod trac yn cael mwy o sylw, sydd fel arfer yn golygu sicrhau ei fod yn cael ei gynnwys ar restrau chwarae ar y gwasanaethau ffrydio. Gallai'r label hefyd hyrwyddo'r artist i bobl eraill sy'n gwneud penderfyniadau ac yn llunio barn yn y diwydiant, a hynny ar sail fwy anffurfiol fel arfer.

Y WASG

Elfen allweddol o ymgyrch farchnata label yw cael sylw i'r artist yn y cyfryngau a'u recordiad. Bydd y label fel arfer yn gyfrifol am y gweithgarwch hwn, a byddant yn defnyddio timau cyhoeddusrwydd mewnol neu'n archebu gwasanaethau asiantaethau Cysylltiadau Cyhoeddus cerddoriaeth allanol. Er mai'r label fydd yn hyrwyddo recordiadau newydd yr artist yn bennaf, i flogiau, gwefannau, cylchgronau a phapurau newydd, mae'n bosibl y bydd yn hyrwyddo gweithgarwch arall yr artist os byddant yn credu y bydd hyn yn arwain at fwy o sylw a fydd, yn ei dro, yn hyrwyddo'r record newydd ymhellach.

HYRWYDDIADAU

Yn ogystal â chael sylw yn y cyfryngau ar gyfer cerddoriaeth yr artist, bydd y label hefyd yn ceisio sicrhau bod y gerddoriaeth newydd – yn benodol senglau sy'n cael eu rhyddhau – yn cael ei chwarae ar y radio a'r teledu ac mewn clybiau perthnasol. Fel arfer bydd gan labeli dimau Cysylltiadau Cyhoeddus ar wahân yn gweithio ar hyn – gan gyfeirio at hyn fel y tîm hyrwyddo neu ganmol – neu efallai y byddant yn trosglwyddo'r gwaith hwn i asiantaeth hyrwyddo allanol.

CYFRYNGAU CYMDEITHASOL A SIANELI DIGIDOL

Elfen allweddol arall o ymgyrch farchnata label yw'r defnydd o'r cyfryngau cymdeithasol a sianeli digidol eraill, gan gynnwys e-bost. Bydd gan y rhan fwyaf o artistiaid sianeli gweithredol ar y cyfryngau cymdeithasol a rhestrau e-bost eisoes a bydd y label yn gweithio gyda'r artist a'u rheolwr i greu cynnwys pwrpasol ar gyfer y sianeli hyn ar gyfer rhyddhau'r gerddoriaeth newydd. Fel rhan o hyn gallai'r label wario rhywfaint ar hysbysebion hefyd ar y cyfryngau cymdeithasol, yn arbennig Facebook. Gallai fod gan y label ei sianeli digidol ei hun hefyd a bydd yn hyrwyddo'r gerddoriaeth newydd ar y rhain.

CYDAMSERU

Yn ogystal â chynhyrchu refeniw drwy werthu a ffrydio recordiadau'r artist, gallai'r label geisio cyfleodd hefyd i gydamseru'r traciau ar raglenni teledu, ffilmiau, hysbysebion a gemau. Bydd y gwaith hwn yn cynnwys gwerthu traciau i oruchwylwyr cerddoriaeth a thrafod cytundebau gyda darpar gleientiaid cydamseru. Mae rhai labeli yn fwy rhagweithiol nac eraill o ran cydamseru, er y bydd label fel arfer yn ceisio hyrwyddo traciau o'u catalog cyfan i ddarpar gleientiaid cydamseru,

yn hytrach na cheisio cyfleoedd yn benodol ar gyfer un artist unigol ar unrhyw adeg benodol.

CYFLEOEDD MASNACHOL ERAILL

Efallai y bydd y label yn chwilio am gyfleoedd masnachol eraill hefyd a fydd o fudd iddyn nhw a'r artist. Mae hyn yn cynnwys cyfleoedd masnachol eraill ar gyfer recordiadau'r artist, er enghraifft eu cynnwys ar albymau casgliad neu gyfleoedd brand ar wahân i gydamseru. Gallai hefyd gynnwys chwilio am gyfleoedd masnachol y tu hwnt i recordiadau gwirioneddol yr artist os bydd y label yn rhan o unrhyw lifoedd refeniw eraill yr artist, er enghraifft nwyddau, partneriaethau brand ac yn uniongyrchol i ddilynwyr.

2. Y CYTUNDEB

Mae angen partneriaid busnes ar bob artist i ddarparu o leiaf rhai o'r gwasanaethau a amlinellwyd yn Adran Un. Gall artist geisio sicrhau cytundeb holl-gwmpasog gydag un label sy'n darparu'r holl bethau hyn. Neu efallai y byddant yn dymuno ymgysylltu â nifer o gwmnïau sydd, gyda'i gilydd, yn darparu'r holl wasanaethau hyn. Neu efallai y byddant yn awyddus i gael cytundeb gyda label – neu gwmni gwasanaethau label – i ddarparu rhai o'r gwasanaethau hyn, tra bydd cwmni rheoli'r artist yn darparu'r gweddill.

YR HYN Y MAE PARTNER LABEL EI EISIAU

DETHOLUSRWYDD

Bydd partner label fel arfer eisïau rhyw fath o drefniant detholusrwydd gydag artist. Yn achos cytundeb recordio traddodiadol, byddai hyn fel arfer yn golygu y byddai'n ofynnol i'r artist gyflawni nifer benodol o recordiadau i'r label ac na fyddant yn cael gwneud na rhyddhau recordiadau gydag unrhyw barti arall hyd nes y byddant wedi cyflawni eu rhwymedigaeth (neu os bydd y label wedi penderfynu i beidio arfer eu hawl i dderbyn recordiadau ychwanegol).

CYFRAN REFENIW

Gyda rhai eithriadau, ni ddisgwylir i bartneriaid label ofyn i'r artist dalu ffioedd ymlaen llaw fel arfer. Yn hytrach, bydd y label yn darparu ei wasanaethau am ddim ar y dechrau ac yna'n rhannu unrhyw refeniw y bydd recordiadau'r artist yn ei gynhyrchu. Bydd y ffordd y caiff y refeniw hwn ei rannu yn amrywio'n fawr yn ôl y cytundeb - mewn cytundeb recordio clasurol bydd y label yn cadw'r mwyafrif o'r arian, mewn cytundeb dosbarthu modern bydd yr artist yn cadw'r mwyafrif o'r arian. Mae'n debygol hefyd y bydd y label yn gallu adennill eu costau cyfan neu ran ohonynt cyn i'r trefniant cyfran refeniw ddod i rym, naill ai o'r gronfa incwm gyfan neu'n benodol o gyfran yr artist.

PERCHNOGAETH HAWLFRAINT

O dan gytundeb recordio clasurol y label fyddai'n berchen ar yr hawlfraint ar unrhyw recordiadau sain a gynhyrchir o dan y fargen. Mae hyn yn golygu bod y rheolyddion sy'n dod gyda'r hawlfraint recordio sain yn perthyn i'r label – nid yr artist – ac felly'r label sydd â'r grym i ecsbloetio'r rheolaethau hynny er elw.

Yn ôl cyfreithiau'r DU, os bydd y label yn trefnu i recordiadau gael eu gwneud, hwy fyddai perchennog diofyn yr hawlfraint beth bynnag. Pan fydd recordiadau eisïoes

wedi'u gwneud cyn cyfranogiad y label, byddai'r hawliau hynny'n cael eu haseinio i'r label drwy gontract. Gallai'r label fod yn berchen ar hawlfraint recordiadau sain yr artist am 'oes hawlfraint' – felly 70 mlynedd ar ôl ei ryddhau yn y DU – neu mae'n bosibl mai'r label fydd perchennog yr hawlfraint am gyfnod o amser ac ar ôl hynny bydd yr hawlfraint yn trosglwyddo i'r artist.

Nid yw cytundebau dosbarthwr a dosbarthu fel arfer yn cynnwys aseiniad hawlfraint, er y bydd y dosbarthwr neu'r label yn aml yn derbyn trwydded ddethol i fanteisio ar recordiadau sain yr artist am gyfnod penodol o amser, ac mae'n debygol y byddant yn gweithredu fel pe byddent yn berchen ar yr hawlfraint tra bydd y cytundebau hynny'n parhau i fod yn ddilys.

REFENIWIAU ATODOL

Yn draddodiadol, byddai label recordio ond yn cael cyfran o lif refeniw cerddoriaeth sydd wedi'i recordio gan yr artist. Ni fyddai ffrydiau refeniw eraill - er enghraifft cyhoeddi (h.y. rhoi gwerth ar hawlfraint benodol y gân), byw, nwyddau, uniongyrchol i ddilynwyr a phartneriaethau brand - yn rhan o'r cytundeb. Byddai artistiaid fel arfer yn gwneud cytundebau gyda phartneriaid busnes eraill er mwyn manteisio ar y ffrydiau refeniw eraill hyn.

Fodd bynnag, yn sgil cwmp yng ngwerth cerddoriaeth wedi'i recordio yn y 2000au, dechreuodd llawer o labeli fynnu cyfran o rai o'r ffrydiau refeniw eraill hefyd, yn arbennig gyda chytundebau talentau newydd. Roedd y labeli yn dadlau mai eu buddsoddiad a'u gwaith marchnata oedd yn creu'r ffrydiau refeniw eraill hyn ac, oherwydd bod yr elw ariannol ar recordiadau wedi gostwng, bod angen cyfran o refeniwiau eraill arnyn nhw er mwyn cyfiawnhau eu hymrwymiad ymlaen llaw.

Mae pa ffrydiau refeniw eraill y gallai label rannu ynddynt, ac yn union beth mae hynny'n ei olygu, yn amrywio'n fawr o gytundeb i gytundeb. Mae labeli fel arfer yn cyfeirio at y rhain fel refeniw ategol, sy'n dangos mai diddordeb pennaf y rhan fwyaf o labeli yw gweithio mewn partneriaeth ag artistiaid ar eu recordiadau, ac mae ymwneud ag agweddau eraill ar fusnes yr artist yn cael ei ystyried yn eilradd, hyd yn oed pe gallai'r trefniadau cyfran refeniw eraill hynny brofi i fod yr un mor broffidiol.

BETH MAE'R PARTNER LABEL YN EI DDARPARU

BUDDSODDIAD

I artistiaid newydd yn benodol, yr agwedd bwysicaf o'r cytundeb recordio yw'r buddsoddiad y mae'r label yn ei ddarparu. Mae'r label yn buddsoddi arian – yn nhermau blaendal arian parod a chyllidebau i dalu am gyflenwyr allanol a hysbysebu – ac adnoddau. Mae'r buddsoddiad hwn yn cael ei sicrhau ar refeniw a gynhyrchir gan recordiadau'r artist yn y dyfodol. Yn achos artistiaid newydd, gall hyn fod yn fuddsoddiad peryglus oherwydd ni ellir sicrhau refeniw yn y dyfodol. O ganlyniad, bydd y label fel arfer yn gofyn am fwy mewn cytundebau gyda thalentau newydd.

GWASANAETHAU

Bydd y label yn darparu pob un neu rai o'r gwasanaethau a ddisgrifiwyd yn Adran Un. Mae angen i gytundeb yr artist amlinellu pa wasanaethau penodol a ddarperir, gyda chymaint o eglurder â phosibl ynghylch yr hyn y mae'r label yn ei ymrwymo i'r

artist yn nhermau cyllideb, amser ac arbenigedd. Tasg anodd i'r rheolwr wedyn yw sicrhau bod y label yn cyflawni'r ymrwymadau hyn ar ôl llofnodi'r cytundeb.

BREINDALIADAU

Fel arfer, y partner label fydd yn derbyn yr holl arian a gynhrychir gan recordiadau artist, a byddant hwy'n talu cyfran i'r artist. Yr un eithriad i hyn yw arian a gynhrychir drwy'r system drwyddedu ar y cyd – felly pan fydd PPL yn casglu yn y DU – pan delir 50% o arian yn uniongyrchol i'r holl berfformwyr sy'n ymddangos mewn unrhyw recordiad. Y rheswm am hyn yw, pan fydd yr hyn a elwir yn 'hawliau perfformio' recordiad sain yn cael eu defnyddio, mae Tâl Ecwiti Perfformiwr statudol yn ddyledus.

Ond telir unrhyw incwm arall i'r partner label yn yr achos cyntaf. Yna bydd angen i'r partner label dalu cyfran yr artist, yn unol â'r contract. Fel y nodwyd uchod, mae'r ffordd y rhennir incwm rhwng label ac artist yn amrywio'n fawr o gontract i gontract. Mae'n debygol y bydd y label yn gallu adennill eu costau i gyd neu ran ohonynt cyn i'r trefniadau cyfran refeniw ddod i rym, naill ai o'r cyfanswm incwm neu'n benodol o gyfran yr artist.

3. PWYNTIAU TRAFOD

Bydd rheolwr a chyfreithiwr artist fel arfer yn trafod y cytundeb gyda'r partner label. Fel gydag unrhyw gytundeb busnes, bydd y trafodaethau'n cwmpasu nifer o bynciau, ond fel arfer mae pedair elfen allweddol i'r cytundeb.

YMRWYMIADAU

Beth mae'r label yn ei ymrwymo i'r artist yn nhermau buddsoddiad a gwasanaethau? A beth mae'r artist yn ei ymrwymo i'r label yn nhermau'r nifer o recordiadau, amser a detholusrwydd? Er y caiff yr ymrwymadau hyn eu hamlinellu mewn contract ac felly mewn egwyddor maent yn orfodadwy gan y gyfraith, y realiti yw bod angen lefel o ymddiriedaeth rhwng yr artist a'r label yn nhermau parodrwydd y naill barti a'r llall a'u gallu i gyflawni.

PERCHNOGAETH HAWLFRAINT

Pwy sy'n berchen ar yr hawlfraint yn y recordiadau sain a grëwyd fel rhan o'r cytundeb? Os mai'r label yw'r perchennog hawlfraint, a oes gan yr artist unrhyw hawliau cytundebol ynghylch sut y defnyddir y recordiadau? Os mai'r artist yw'r perchennog hawlfraint, a oes gan y label drwydded unigryw i ecsbloetio'r hawliau hynny, ac a oes unrhyw gyfyngiadau i'r drwydded honno?

Mae artistiaid yn hoffi cynnal perchnogaeth dros eu hawlfreintiau, er y bydd y rhan fwyaf o gytundebau gyda thalentau newydd yn cynnwys rhyw fath o aseiniad hawlfraint i'r label ac yn achos cytundebau gyda label mawr, gallai fod am oes yr hawlfraint. Mae'n bosibl y gall artistiaid negodi i adennill rhai o'r hawlfreintiau hyn yn y dyfodol, er na ellir gwarantu'r opsiwn hwnnw.

BREINDALIADAU, ADENILLION A DISGOWNTIAU

Bydd y contract yn nodi sut y rhennir refeniw. Mewn achos pan y label yw perchennog yr hawlfraint, mae'n talu breindal i'r artist ar y refeniw a gynhrychwyd. Pan fydd yr artist yn berchennog ar yr hawlfraint, mae'r label yn codi comisiwn am y

refeniw a gynhyrchwyd. Mae'r gwahaniaeth yn semantig mewn sawl ffordd, er bod y gwahanol fathau o gytundebau hyn yn aml yn cael eu hystyried yn wahanol iawn.

Y naill ffordd neu'r llall, bydd yr artist fel arfer yn derbyn canran o'r refeniw a gynhyrchwyd. Mae'n bosibl y bydd un canran yn gyffredinol neu gallai'r canrannau amrywio yn ôl y ffordd refeniw – e.e. 15% ar CD, 20% ar ffrydio, 50% ar gydamseru. Gallai'r contract ddarparu 'disgowntiau' hefyd i'r label, felly mewn rhai senarios – os bydd incwm yn dod i mewn drwy un o is-gwmnïau'r label nad yw yn y DU – mae cyfradd is o freindal yn berthnasol.

Mae angen i'r contract ddiffinio hefyd at beth mae'r canrannau'n cyfeirio'n benodol – os bydd 20% yn ddyledus i'r artist, mae angen nodi'n glir "20% o beth". Gallai'r contract ganiatáu i'r label wneud 'didyniadau' i incwm – i dalu am gostau penodol y gallir eu nodi neu ddidyniadau mwy cyffredinol o bosibl – cyn y cyfrifir y canran, ac felly bydd y breindal cyffredinol a delir yn is.

Bydd y label hefyd fel arfer yn cael adennill rhywfaint o'i gostau neu'r cyfan ohono allan o'r refeniw a gynhyrchir cyn i'r artist gael unrhyw arian o gwbl. Mae angen i'r contract nodi pa gostau y gallir eu hadennill fel hyn. Hefyd, a yw'r costau hyn yn cael eu hadennill o'r incwm sy'n dod i mewn neu dim ond o'r incwm a ddyrennir i'r artist? Byddai'r trefniant cyntaf fel arfer yn cael ei ddisgrifio fel 'cytundeb rhannu elw' a byddai'r ail drefniant yn cael ei ddisgrifio fel 'cytundeb breindaliadau'. Y trefniant 'cytundeb breindaliadau' yw'r cytundeb mwyaf cyffredinol mewn gwirionedd.

I ddangos y gwahaniaeth, ystyriwch yr enghraifft hon: mae gan yr artist a'r label gytundeb rhannu 50/50, mae £100,000 o gostau y gallir eu hadennill, ac mae £250,000 o incwm wedi'i gynhyrchu hyd yma. Mewn cytundeb rhannu elw, byddai'r label yn cael y £100,000 cyntaf, a byddai'r £150,000 nesaf yn cael ei rannu 50/50, felly bydd yr artist yn cael £75,000. Mewn cytundeb breindaliadau, byddai hanner yr arian yn cael ei ddyrannu i'r artist – felly £125,000 – y byddai £100,000 yn cwmpasu'r costau y gall y label eu hadennill, felly bydd yr artist yn cael £25,000.

Gellir dadlau bod gan lawer o gontractau systemau rhy gymhleth ar waith ar gyfer taliadau breindal, yn enwedig o ran disgowntiau a didyniadau, y daeth llawer ohonynt yn yr oes ffisegol ac nid ydynt yn gwneud synnwyr yn yr oes ffrydio. Mae rheolwyr yn cefnogi trefniadau breindal symlach - gyda llai neu ddim disgowntiau a didyniadau - ac mae rhai labeli ac, yn arbennig, dosbarthwyr eisoes yn cynnig trefniadau symlach fel y rhai hyn.

ADRODD

Oherwydd bod y rhan fwyaf o arian sy'n cael ei gynhyrchu gan recordiadau'r artist yn mynd drwy'r label i ddechrau, mae'r artist yn dibynnu ar y label i adrodd am unrhyw incwm, symiau a dderbynnir a breindaliadau sy'n ddyledus i'r artist.

Mae'r newid i ffrydio wedi creu nifer o heriau yn hyn o beth, oherwydd mae llawer mwy o ddata i'w adrodd gyda ffrydio. Er, ar yr un pryd, dylai technolegau newydd ei gwneud yn haws i brosesu a dosbarthu'r data hwn os gellir creu'r llwyfannau cywir.

Mae'r gwasanaethau ffrydio hefyd yn darparu data gwerthfawr ar ddefnydd yn ogystal â data am freindaliadau, a all hysbysu busnes ehangach artist. Er bod rhai

gwasanaethau ffrydio yn darparu'r wybodaeth hon yn uniongyrchol i artistiaid, bydd eraill ond yn darparu data i labeli a dosbarthwyr, felly mae artistiaid yn dibynnu ar eu partneriaid label i gael mynediad at y wybodaeth hon.

Mae rheolwyr yn cydnabod y gallai rhai labeli a dosbarthwyr fod wedi buddsoddi'n drwm i greu llwyfannau er mwyn gallu rhannu breindaliadau a defnyddio data yn fwy effeithiol, er bod lle i wella yn sicr ar draws y diwydiant.

Mae Canllaw Tryloywder y Fforwm Rheolwyr Cerddoriaeth (MMF) yn esbonio hyn mewn mwy o fanylder, ond mae sicrhau bod gan yr artist fynediad at y wybodaeth hon yn rhywbeth y mae angen ei ystyried yn awr wrth ymrwymo mewn cytundeb gyda phartner label.

4. MATHAU O GYTUNDEBAU

Mae yna fathau gwahanol o bartneriaid label a chytundebau y gall artistiaid ddewis ohonynt. Fel y soniwyd uchod, mae rhai o'r partneriaid label hyn yn labeli recordio yn yr ystyr traddodiadol, a gallai eraill ddisgrifio eu hunain fel dosbarthwyr neu gwmnïau gwasanaethau label. Fodd bynnag, mae pob un yn cynnig o leiaf rhai o'r gwasanaethau a ddisgrifiwyd yn Adran Un.

Nid yw'r holl fathau hyn o bartneriaid label a chytundebau ar gael i bob artist. Po fwyaf o risg y mae angen i bartner label ei chymryd, y mwyaf gofalus y byddant yn dewis pa artistiaid i weithio gyda hwy. Bydd y mathau o bartneriaid a chytundebau sydd ar gael – a pha rai yw'r rhai a ddymunir – yn dibynnu'n aml ar gam gyrfa'r artist, a byddant yn debygol o weithio gyda gwahanol fathau o bartneriaid a llofnodi gwahanol fathau o gytundebau wrth i'w gyrfa ddatblygu.

CYTUNDEB DOSBARTHWR DEWIS EICH HUN (SEILIEDIG AR FFI)

Mae'r cwmnïau hyn yn darparu dosbarthiad digidol sylfaenol, gan gyflwyno traciau i'r rhan fwyaf o lwyfannau digidol (siopau lawrlwytho a llwyfannau ffrydio) a darparu data ar ddefnydd a breindaliadau gan y gwasanaethau. Nid yw'r cwmnïau hyn yn darparu gwasanaethau marchnata rhagweithiol fel arfer, er y gallent ddarparu rhai dulliau marchnata digidol. Mae'r gwasanaethau hyn ar gael i bob artist ac unrhyw fath o artist fel arfer, ac mae dewislen o becynnau parod i ddewis ohonynt. Maent yn codi ffi sefydlu enwol fel arfer ar gyfer pob recordiad a ryddheir ond yna byddant yn trosglwyddo 100% o'r incwm a gynhyrchir. Mae rhai dosbarthwyr dewis eich hun yn darparu'r gwasanaeth dosbarthu sylfaenol am ddim ac yna'n ceisio gwerthu gwasanaethau premiwm. Ymrwymiad enwol yn unig sydd i'r gwasanaethau hyn fel arfer, sy'n golygu y gall artistiaid ganslo contractau drwy roi ychydig iawn o rybudd yn unig.

CYTUNDEB DOSBARTHWR DEWIS EICH HUN (SEILIEDIG AR GOMISIWN)

Mae'r cwmnïau hyn yn darparu gwasanaeth dosbarthiad digidol sylfaenol hefyd, gan gyflwyno traciau i'r rhan fwyaf o lwyfannau digidol a darparu data ar ddefnydd a breindaliadau gan y gwasanaethau. Yn yr un modd, nid yw'r cwmnïau hyn fel arfer yn darparu gwasanaethau marchnata rhagweithiol, er y gallent ddarparu rhai dulliau marchnata digidol. Y gwahaniaeth rhwng y cwmnïau hyn yw, yn hytrach na chodi ffi benodol, nid oes unrhyw gostau ymlaen llaw i'w talu ac yn hytrach bydd y dosbarthwr yn cymryd cyfran o unrhyw incwm a gynhyrchir. Mae'r gwasanaethau hyn ar gael fel arfer i bob artist, er y gallai rhai ddefnyddio rhyw fath o broses

ddethol. Ymrwymiad enwol yn unig sydd i'r gwasanaethau hyn fel arfer, sy'n golygu y gall artistiaid ganslo contractau drwy roi ychydig iawn o rybudd yn unig.

CYTUNDEB DOSBARTHWR DEWIS EICH HUN GYDA BLAENDAL

Mae dosbarthwyr Dewis Eich Hun fel arfer yn darparu'r offer i artistiaid gyflwyno eu cerddoriaeth i'r llwyfannau digidol ac yna trosglwyddo unrhyw arian a gynhrychir. Fodd bynnag, mae rhai dosbarthwyr Dewis Eich Hun wedi dechrau cynnig blaendaliadau hefyd ar incwm yn y dyfodol mewn rhai senarios. Gwneir blaendaliadau o'r fath fel arfer yn seiliedig ar berfformiad blaenorol, h.y. pan fydd dosbarthwr yn gallu gweld yr incwm y mae artist wedi'i gynhyrchu yn y flwyddyn flaenorol ac y gallant dalu blaendal yn seiliedig ar y wybodaeth honno. Y syniad yw, drwy dalu blaendal ar incwm yn y dyfodol, gallai'r artist ariannu rhywfaint o ddeunydd marchnata a fydd, gyda gobaith, yn rhoi hwb i'r ffrydio ac felly'r refeniw. Mae telerau'r incwm ymlaen llaw hwn yn amrywio, ac fel arfer mae'n cloi'r artist gyda'r dosbarthwr nes y bydd unrhyw flaendal wedi'i ad-dalu.

CYTUNDEB DOSBARTHWR

Gall artistiaid wneud cytundebau hefyd gyda dosbarthwyr mwy confensiynol, a fu'n gweithio'n fwy traddodiadol i labeli annibynnol, ond y mae llawer ohonynt yn gweithio'n uniongyrchol gydag artistiaid hefyd yn awr. Mae'r cytundebau hyn yn fwy hyblyg fel arfer, yn hytrach na'r dosbarthwr yn cynnig pecynnau parod.

Mae'n debygol y bydd dosbarthwyr confensiynol yn mynnu comisiwn uwch na dosbarthwr dewis eich hun, ond dylent ddarparu mwy o wasanaethau yn gyfnewid am hyn, yn arbennig marchnata busnes i fusnes, helpu i sicrhau bod y recordiadau sy'n cael eu rhyddhau yn cael eu stocio gan fanwerthwyr a'u chwarae ar restr cerddoriaeth llwyfannau ffrydio. Gall y rhan fwyaf o'r dosbarthwyr hyn hefyd i ddosbarthu cynnyrch yn ffisegol hefyd, naill ai'n uniongyrchol neu drwy drydydd parti, pan fydd artist yn cynllunio rhyddhau recordiad ffisegol.

Gall artistiaid negodi blaendaliadau gan ddosbarthwyr fel arfer, ond unwaith eto bydd hyn yn seiliedig ar berfformiad ariannol blaenorol. Yna bydd y blaendal yn cael ei adennill o gyfran yr artist o incwm dilynol. Fel arfer bydd dosbarthwyr cerddoriaeth mwy confensiynol eisiau ymrwymiad am gyfnod hwy gan yr artist o gymharu â dosbarthwr dewis eich hun, h.y. ymrwymiad cytundebol y byddant yn cydweithio am gyfnod penodol o amser.

CYTUNDEB DOSBARTHWR GYDAG ELFEN FARCHNATA

Mae llawer o ddosbarthwyr yn cynnig marchnata i ddefnyddwyr fel rhan o'r cytundeb. Mae ystyr hyn yn amrywio'n fawr o ddosbarthwr i ddosbarthwr. Mae gan rai dosbarthwyr dimau marchnata mewnol a bydd eraill yn defnyddio gwasanaethau asiantaethau allanol. Mae'n bosibl y gellir adennill o leiaf rhywfaint o'r costau sy'n gysylltiedig â'r dull marchnata hwn.

CYTUNDEB DOSBARTHWR GYDA GWASANAETHAU LABEL

Mae rhai dosbarthwyr yn cynnig ystod o wasanaethau label eraill yn ychwanegol at y gwasanaethau dosbarthu a marchnata, h.y. rhai o'r gwasanaethau eraill a amlinellwyd yn Adran Un uchod. Mae'r ystod o wasanaethau a gynigir yn amrywio o gwmni i gwmni, ac mae'r gwasanaethau ar gael yn amrywio o gytundeb i gytundeb, er bod y rhan fwyaf o ddosbarthwyr yn rhagdybio bod yr artist eisoes wedi recordio'r

albwm cyn ymgysylltu â'u gwasanaethau. Mae dosbarthwyr o'r math hwn yn cynnig llawer o hyblygrwydd fel arfer o ran pa wasanaethau sy'n rhan o'r cytundeb, er mwyn i artistiaid allu pigo a dewis yr hyn sydd ei angen arnynt. Yn amlwg, mae angen i'r cytundeb nodi pa gostau y gellir eu hadennill.

CYTUNDEB DOSBARTHWR GYDA LABEL

Mae llawer o labeli recordio yn cynnig cynigion arbennig ar gyfer dosbarthu neu wasanaethau. Gall y rhain fod trwy adrannau ar wahân sydd yn y bôn yn ddosbarthwyr fel y disgrifir uchod, neu efallai y bydd artist yn gallu llofnodi cytundeb dosbarthu gyda label mwy confensiynol. Yn yr opsiwn olaf, gall y label weithredu'n debycach i'r asiantaeth gwasanaethau label a disgrifir uchod. Neu efallai y bydd y label mewn gwirionedd yn darparu'r holl wasanaethau sy'n gysylltiedig â chytundeb recordio traddodiadol, ond heb unrhyw aseiniad hawlfraint. Gellid ystyried hwn fel y gorau o'r ddau fyd, er bod cynigion arbennig o'r math hwn yn cael eu cynnig amlaf i artistiaid mwy sefydledig.

CYTUNDEB ASEINIAD GYDA LABEL (CYFRAN ELW)

Dyma'r math mwy traddodiadol o gytundeb recordio, lle darperir y rhan fwyaf o'r gwasanaethau a amlinellwyd yn Adran Un, gan gynnwys blaendal arian parod, ac mae'r label yn gysylltiedig â recordio'r albwm. Y label sy'n berchen ar yr hawlfraint i unrhyw recordiadau sain, am gyfnod o leiaf. Fel rhan o drefniant rhannu elw, bydd unrhyw gostau y gellir eu hadennill yn cael eu hadennill o'r holl incwm a gynhychir, ac nid dim ond cyfran yr artist. Cynigir y cytundebau hyn yn draddodiadol gan labeli annibynnol llai, a fyddi'n ymrwymo i fuddsoddi llai o arian ymlaen llaw ar y cyfan. Fel arfer byddai modd adennill holl gostau'r label, a'r rhaniad dilynol fyddai 50/50 fel arfer.

CYTUNDEB ASEINIAD GYDA LABEL (CYTUNDEB BREINDAL – ANNIBYNNOL)

Mae'r cytundeb recordio hwn yn fath mwy traddodiadol hefyd, lle darperir y rhan fwyaf o'r gwasanaethau a amlinellir yn Adran Un. Yn wir, o dan gytundebau recordio mwy confensiynol o'r math hwn, efallai y bydd y label yn dewis mynd y tu hwnt i'w hymrwymiaadau cytundebol wrth ddosbarthu a marchnata'r recordiad, yn enwedig os yw'n teimlo bod y record yn cynyddu momentwm. Mae hawlfraint unrhyw recordiadau sain yn perthyn i'r label, am gyfnod o leiaf.

Fel rhan o drefniant cytundeb breindal, cytunir pa rai o gostau'r label y gellir eu hadennill (mae hyn yn aml yn cynnwys y blaenswm, costau recordio, fideos a hysbysebu) a daw'r rhain allan o gyfran incwm yr artist. Er y gall labeli annibynnol fod yn fwy hael wrth rannu breindal o gymharu â'r labeli mawr, byddai'r cytundebau hyn fel arfer yn sicrhau y byddai'r label yn parhau i gadw'r mwyafrif o'r incwm a gynhychir.

Yn gyffredinol, ni all labeli annibynnol fforddio i fuddsoddi cymaint ymlaen llaw o gymharu â'r labeli mawr, ond maent yn fwy hyblyg fel arfer wrth aseinio hawlfraint am gyfnod penodol (yn hytrach nac am oes yr hawlfraint), maent yn llai tebygol o weithredu disgowntiau a didyniadau cymhleth, maent yn llai tebygol o ymyrryd yn artistig, ac maent yn fwy tebygol o barhau i weithio ar albwm nad yw'n sicrhau llwyddiant ar unwaith os ydynt yn credu bod ganddo botensial.

CYTUNDEB ASEINIAD GYDA LABEL (CYTUNDEB BREINDAL – LABEL MAWR)

Yn ei hanfod mae hyn yr un fath â'r cytundeb label annibynnol a ddisgrifir uchod. Unwaith eto, mae'r label yn darparu'r rhan fwyaf o'r gwasanaethau a ddisgrifir yn Adran Un a gallant ddewis ddarparu mwy na'u hymrwymadau cytundebol wrth ddsbarthu a marchnata'r record sy'n cael ei ryddhau, yn arbennig os ydynt yn credu bod y record yn creu momentwm. Y label sy'n berchen ar yr hawlfraint i unrhyw recordiad sain, gellir adennill rhai o'r costau o gyfran yr artist, ac mae'r label yn debygol o gadw'r mwyafrif o'r incwm.

Gall y labeli mawr fuddsoddi mwy o arian ymlaen llaw fel arfer ac mae ganddynt fynediad at seilwaith byd-eang os gall yr adran leol ddarbwylo adrannau mewn gwledydd eraill o botensial rhyngwladol artist. Mae'r labeli mawr yn fwy tebygol o wthio am aseiniad hawlfraint am oes a chyflwyno disgowntiau a didyniadau cymhleth i incwm. Efallai y byddant yn ceisio ymyrryd yn artistig - er bod hyn yn digwydd yn llai aml nac yn y gorffennol - ac mae'r labeli mawr yn disgwyl mwy o ganlyniadau uniongyrchol ar ôl rhyddhau cerddoriaeth.

5. TUEDDIADAU A HERIAU

Mae gan artistiaid ystod ehangach o bartneriaid label a mathau o gytundebau i ddewis ohonynt heddiw o gymharu â'r gorffennol.

Mae cytundebau traddodiadol yn parhau i fod yn ddeniadol os bydd artist yn chwilio am un partner busnes i gymryd rheolaeth o'r gerddoriaeth maent wedi'i recordio a darparu'r holl wasanaethau a amlinellir yn Adran Un, ond bydd y label yn debygol o geisio perchnogaeth dros yr hawlfraint a chyfraddau breindaliadau ffafriol iddynt hwy.

Ar gyfer artistiaid sydd - gyda'u rheolwyr yn ôl pob tebyg - yn gallu delio â meysydd fel trefnu recordiadau a chynllunio ymgyrchoedd marchnata eu hunain, mae'r opsiynau dosbarthwr a dosbarthu amrywiol yn ddeniadol, gan alluogi'r artist i ddewis pa wasanaethau i'w cymryd a - thrwy leihau risg y label - gallu mynnu telerau mwy ffafriol o ran perchnogaeth hawlfraint a breindaliadau.

Mae hyn yn rhoi mwy o straen ar reolwyr, o ran llywio'r cynigion ac o ran darparu rhai o'r gwasanaethau a oedd yn cael eu trin gan y label yn flaenorol. Er wrth i fwy o artistiaid geisio cynigion dosbarthwr a dosbarthu, efallai y bydd rheolwyr yn gweld y gallant negodi cytundebau arbennig mwy ffafriol gyda labeli mwy confensiynol mewn marchnad gynyddol gystadleuol. Mae rheolwyr mwy optimistaidd hefyd yn gobeithio y gallai'r pwysau hwn ar y farchnad annog labeli i fod yn fwy tryloyw a rhagweithiol.

Fodd bynnag, un her allweddol sy'n parhau yw, mewn marchnad cerddoriaeth wedi'i recordio sy'n parhau i esblygu'n gyflym, mae'n anodd negodi cytundebau arbennig ar gyfer y dyfodol – h.y. cytundebau sy'n parhau i fod yn rhesymegol a theg wrth i'r byd cerddoriaeth newid.

Mae hyn yn broblem yn bennaf pan fydd cytundebau yn cynnwys aseiniad am oes hawlfraint oherwydd, lle gallai artist fod yn gweithio ar gynnwys newydd yn unig gyda label am rai blynyddoedd, byddant yn derbyn breindaliadau gan eu partner label am o leiaf y saith deg mlynedd nesaf. Ac mae'n debygol y bydd y diwydiant cerddoriaeth wedi'i recordio yn mynd trwy sawl chwyldro yn y cyfnod hwnnw, gan wneud telerau contract etifeddiaeth yn anymarferol ac yn annheg.

Mae hyn yn peri problemau heddiw gyda chytundebau etifeddiaeth o'r Ugeinfed Ganrif pan oedd aseinio hawlfraint am oes yn arferol. Mae rheolwyr yn teimlo – yn absenoldeb menter ar draws y diwydiant i ddod â hen gontractau i'r oes fodern – bod angen newid deddfwriaethol i rymuso artistiaid i sicrhau bod hen gytundebau yn cyfateb â safonau cyfredol.