



IL MERCATO DISCOGRAFICO ITALIANO

REPORT FIMI 2024



FIMI

Indice dei contenuti

03 INTRODUZIONE

04 IL MERCATO ITALIANO

10 IL CONSUMO DI MUSICA

13 LE MISURE ISTITUZIONALI

15 L'EXPORT

16 LE CLASSIFICHE

21 LE CERTIFICAZIONI

22 LE SFIDE DEL 2024

Introduzione

Il 2023 segna un importante milestone per **il mercato discografico italiano, che registra una significativa crescita del 18.8% per un totale di € 440 milioni di fatturato**: segno di un'evidente vitalità del mercato della musica in Italia, che mette a segno **una delle percentuali di crescita più alte del mondo e si posiziona come terzo mercato nell'Unione Europea**.

La crescita del mercato Italiano è stata caratterizzata da percentuali rilevanti in tutti i segmenti.

Streaming

In Italia a trainare il comparto è lo streaming, che ricopre da solo una quota di mercato complessivo pari al 65% e i cui ricavi sono cresciuti del 16.2%, arrivando a più di € 287 milioni per un totale di oltre 6.5 milioni di abbonati premium ai servizi di streaming (+9% rispetto all'anno precedente). In questo scenario **sono i ricavi dagli abbonamenti alle piattaforme streaming ad aver guidato il settore**: il segmento premium è infatti

cresciuto del 18.4%, arrivando a più di 190 milioni di euro di ricavi.

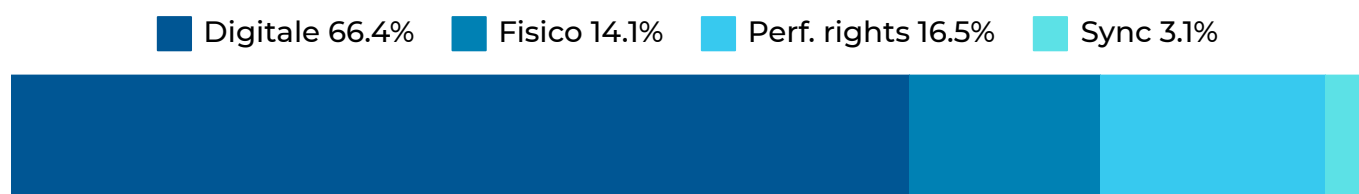
La resilienza del mercato fisico

Anche **il segmento fisico registra una crescita, posizionando l'Italia come l'ottavo mercato a livello mondiale**: con ricavi pari a quasi 62 milioni di euro, segna infatti +14.4% e ricopre una quota di mercato del 14% (un dato che nel 2013 corrispondeva al 68% e che in retrospettiva racconta la lunga cavalcata del digitale degli ultimi 10 anni). A guidare il comparto è l'inossidabile **vinile**, che cresce del 24.3%, ma si segnala anche una resistenza del **cd**, su del 3.8%.

Il mercato italiano

Nel 2023 il **mercato discografico italiano** ha registrato un **aumento dei ricavi del 18.8%** superando i **440 milioni di euro** di fatturato.

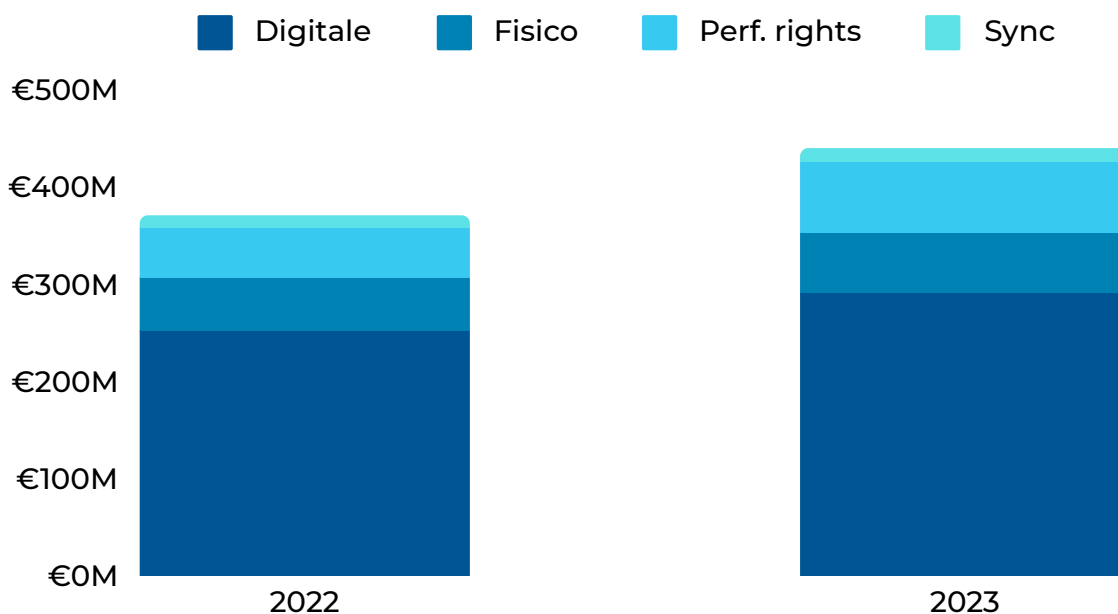
Si tratta di una delle **percentuali di crescita più alte al mondo** che permette all'Italia di affermarsi come **terzo mercato nell'Unione Europea**.



IL CONFRONTO TRA IL 2023 E IL 2022

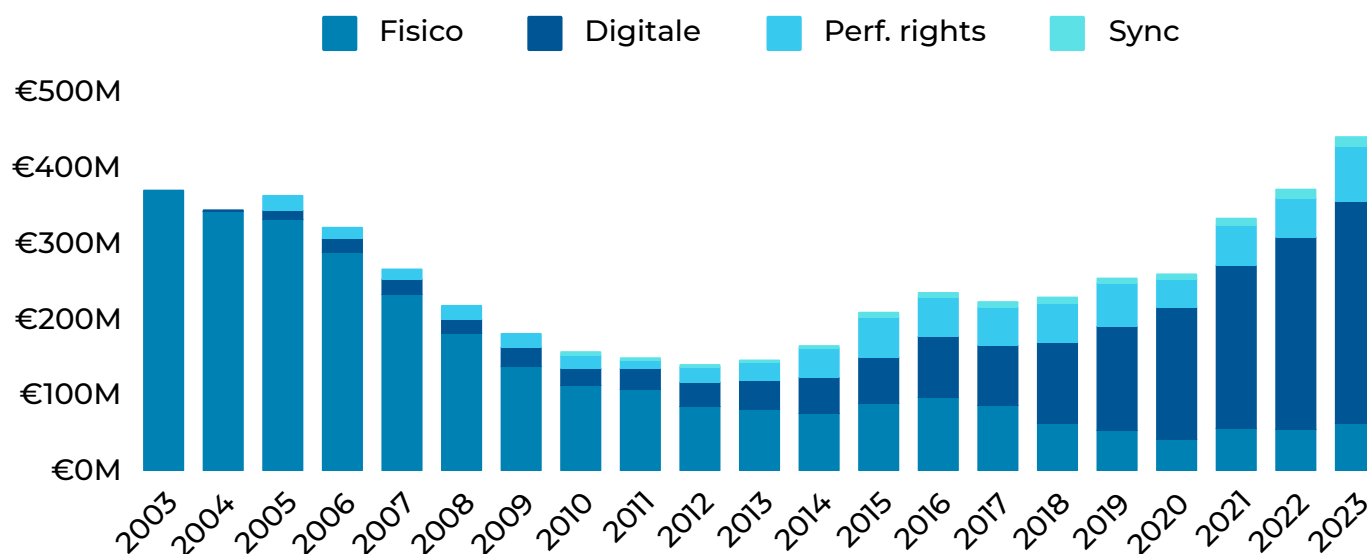
Lo **streaming** guida la crescita del settore ricoprendo una **quota di mercato pari al 65.3%**. Il segmento **fisico**, dopo una lieve flessione nel 2022, torna a **crescere** occupando il **14% dei ricavi**.

In aumento anche le entrate derivanti dalle **performance rights** e dalle **sincronizzazioni** che rappresentano rispettivamente il **16.5%** e **3.1%** del totale mercato.



MUSIC REVENUES (€ MILLION, TRADE VALUE)	2023	2022	Δ 2023/2022
Subscription audio streaming	191.401	161.619	+18.4%
Ad-supported audio streaming	54.610	47.916	+14%
Video streaming	41.581	37.933	+9.6%
TOTALE STREAMING	287.591	247.468	+16.2%
Download	4.546	5.157	-11.8%
Mobile & other digital	0.162	0.118	+36.9%
TOTALE DIGITALE	292.300	252.744	+15.7%
Vinile	37.454	30.136	+24.3%
Cd	24.177	23.291	+3.8%
Other audio	0.157	0.373	-57.9%
Music video	0.193	0.357	-45.9%
TOTALE FISICO	61.982	54.158	+14.4%
TOTALE FISICO & DIGITALE	354.282	306.901	+15.4%
Performance rights	72.828	51.079	+42.6%
Synchronisation	13.566	13.106	+3.5%
TOTALE MERCATO	440.676	371.087	+18.8%

2003-2023: L'EVOLUZIONE DEL MERCATO



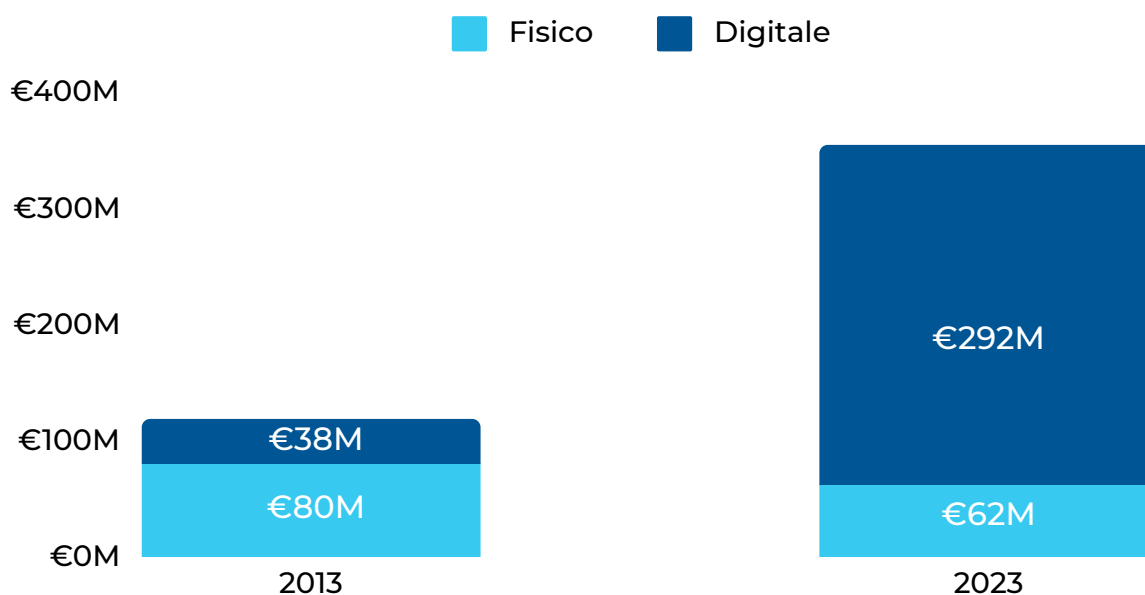
Nel 2023 i **ricavi** dell'industria discografica italiana sono **umentati** del **18.8%**, a fronte di una **media globale** del **+10.2%**. Per il mercato italiano si tratta del **sesto**

anno consecutivo di crescita e del **miglior risultato** in termini di ricavi degli **ultimi vent'anni**.

LA RIVOLUZIONE DIGITALE DEGLI ULTIMI 10 ANNI

Nel **2023** i ricavi del **segmento digitale** rappresentano l'**83% del mercato fisico & digitale**. Nel **2013** invece il **segmento fisico** rappresentava il **68% dei ricavi**.

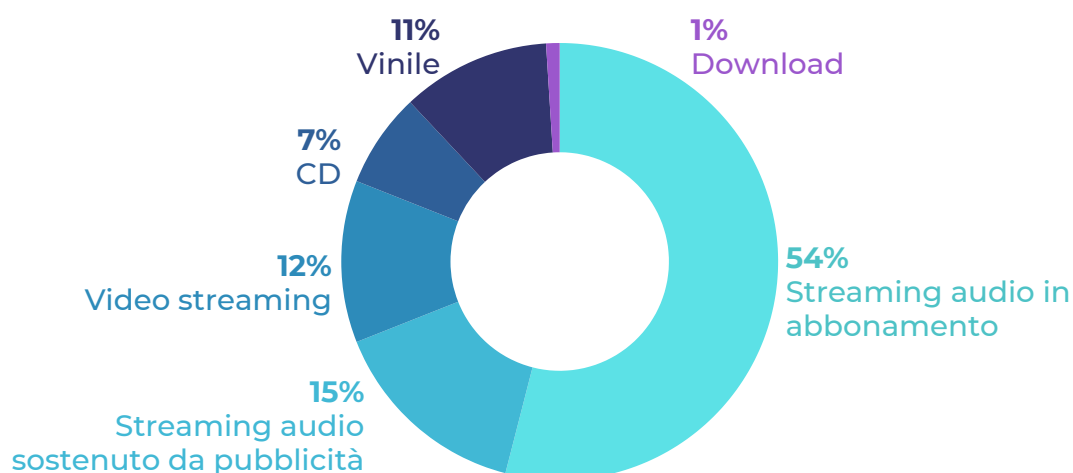
Questi dati dimostrano l'impatto della rivoluzione digitale sul settore. In particolare, oggi il solo segmento digitale vale più dell'intero mercato del 2013.



IL MERCATO FISICO & DIGITALE

Con entrate superiori a **191 milioni di euro**, lo **streaming audio in abbonamento** si afferma come la **principale fonte di ricavi** dell'industria discografica italiana.

Seguono lo streaming audio supportato da pubblicità, il video streaming e il formato vinile, che nel 2023 ha registrato una crescita del 24.3%.



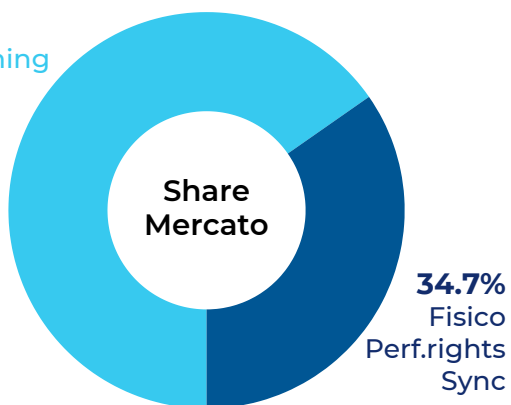
FOCUS ON: STREAMING

I ricavi dello streaming trainano la crescita del mercato musicale italiano.

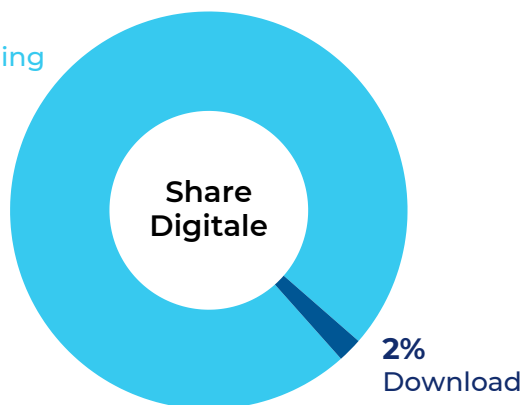
Il formato registra un aumento dei ricavi per il **dodicesimo anno consecutivo** e

rappresenta ormai la quasi totalità del segmento digitale (**98%**) e circa i due terzi del totale mercato (**65.3%**).

65.3%
Streaming

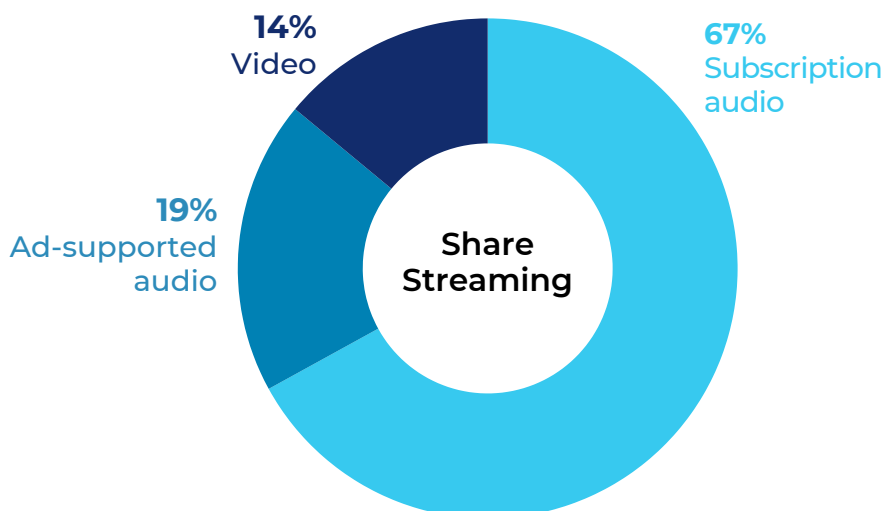


98%
Streaming



In particolare, lo **streaming audio in abbonamento** rappresenta il **16.4% del tempo speso ad ascoltare musica** (secondo il report Engaging with music di IFPI), **ma contribuisce a oltre il 54% delle entrate del mercato musicale fisico & digitale.**

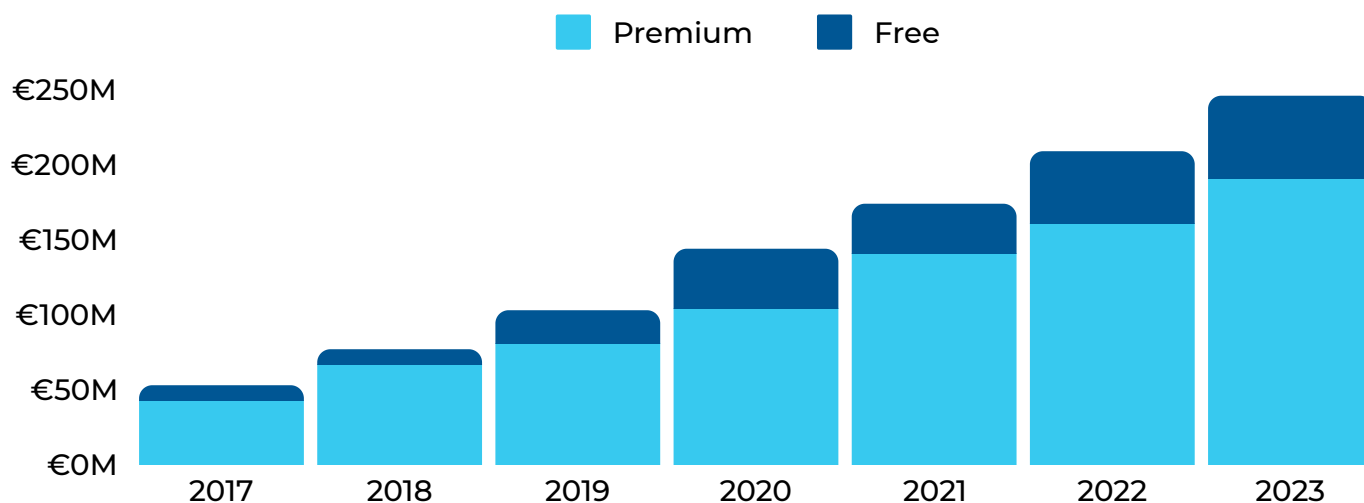
Lo **streaming audio sostenuto da pubblicità**, che include anche i ricavi dai social, rappresenta il **12% del consumo di musica** e il **15% del fatturato**, mentre il **video streaming** che è il formato più utilizzato - dopo la radio - per l'ascolto di musica (**17.8%**) genera l'**11.7% dei ricavi.**



LA CRESCITA DELL'AUDIO STREAMING: RICAVI

Il segmento dello streaming audio negli ultimi sette anni è cresciuto del **382%** passando dai circa 51 milioni agli attuali **246 milioni di euro**.

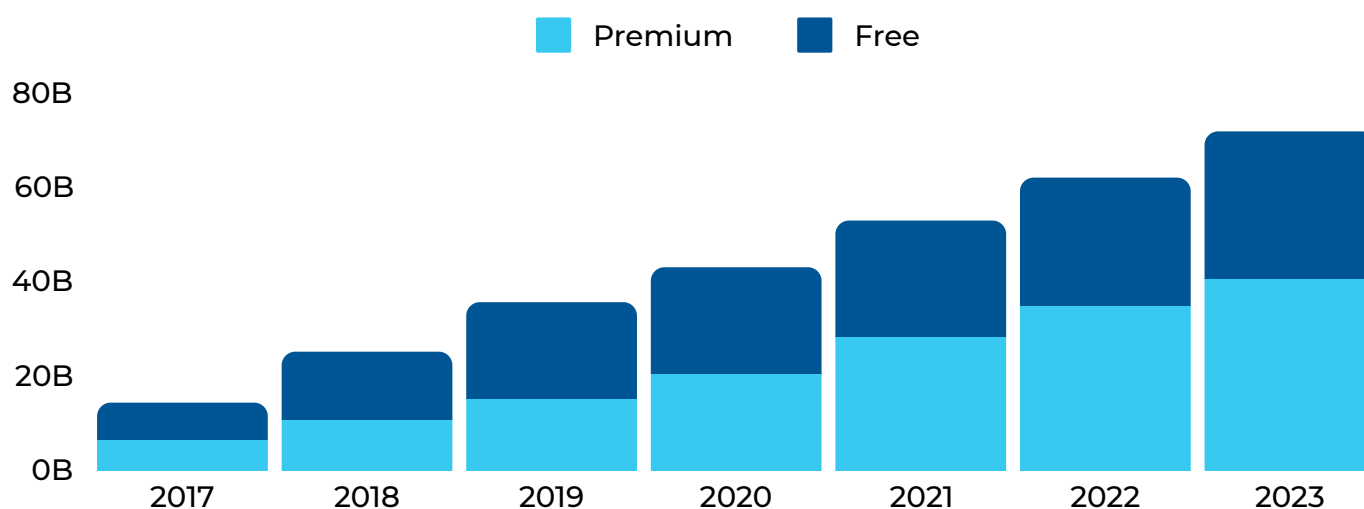
L'aumento dei ricavi è tale che nel 2023 il segmento streaming audio vale più dell'intero mercato discografico del 2013.



LA CRESCITA DELL'AUDIO STREAMING: VOLUMI

Nel 2023 lo streaming domina incontrastato i consumi italiani, con quasi **72 miliardi di streams** – comprensivi di premium e free – e una **crescita del 15.9%** rispetto all'anno precedente.

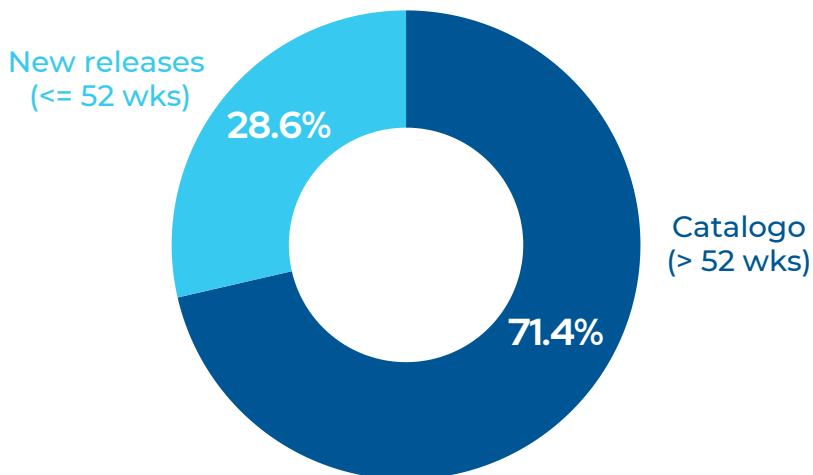
In particolare, sono stati riprodotti **41 miliardi di streams premium**, in crescita del 17% rispetto al 2022, e **31 miliardi di streams free**, con un aumento annuo pari al 14.6%.



STREAMING & CATALOGO

Nel 2023 il **71.4%** degli ascolti prodotti su piattaforme di audio streaming in abbonamento riguardano brani di **catalogo**: un risultato che rivela ancora

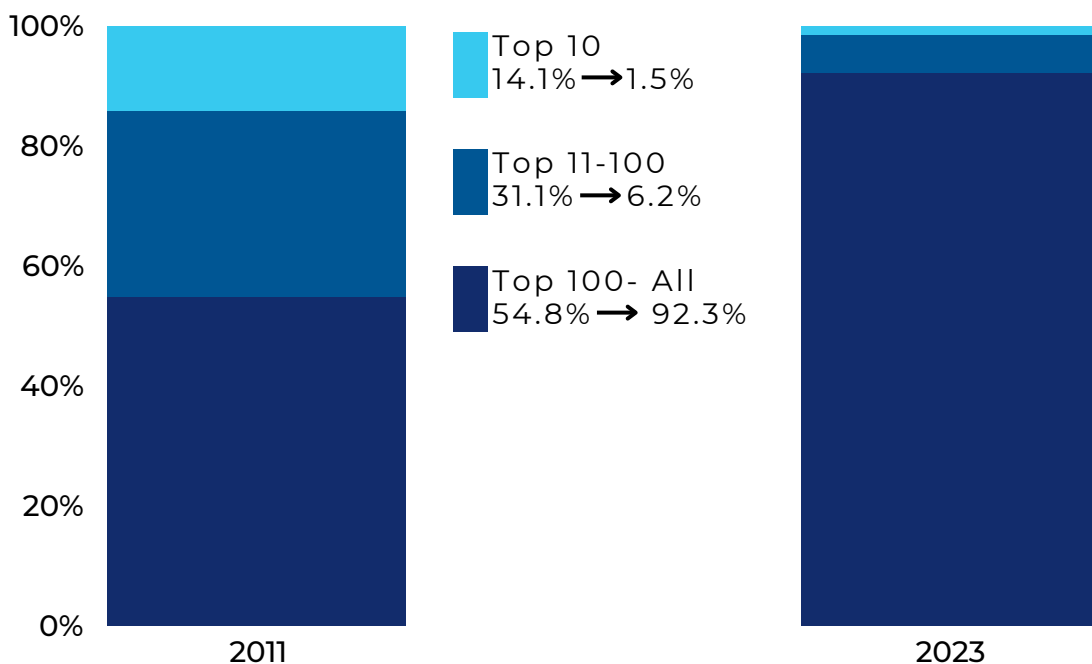
una volta l'importanza degli investimenti delle case discografiche per la scoperta e la produzione di nuova musica in grado di restare nel tempo.



LA CONCENTRAZIONE DEL MERCATO

Nel 2023 l'**1.5%** del totale degli ascolti tramite le piattaforme di audio streaming è stato **generato dalla Top 10 Artist**,

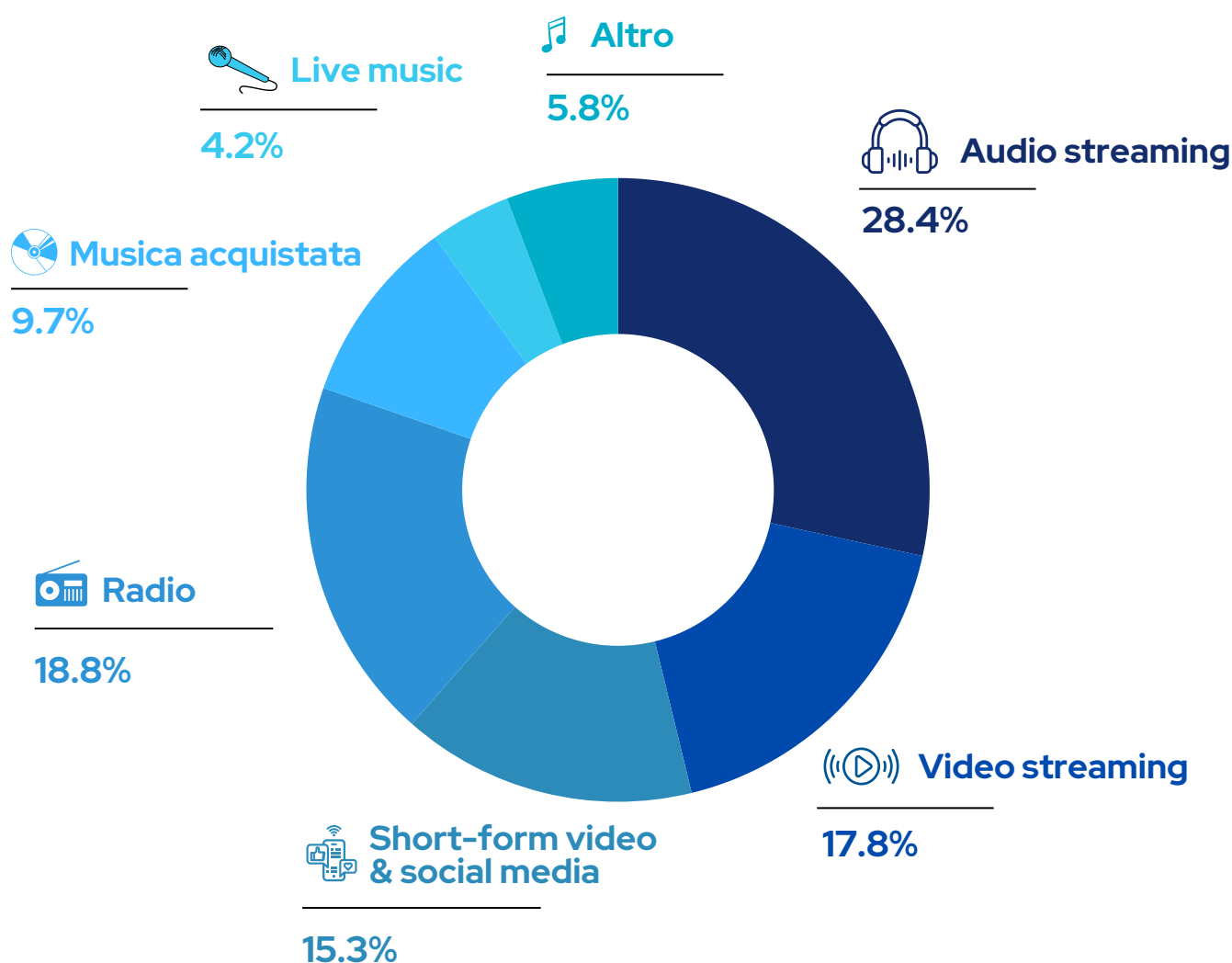
mentre la **Top 100-All** ha rappresentato il **92%** degli ascolti annuali. Nel 2011 le quote erano rispettivamente del 14% e 55%.



Il consumo di musica

In Italia non si è mai ascoltata così tanta musica come nel 2023: secondo il report Engaging with music di IFPI, gli italiani spendono in media **21.9 ore a settimana per l'ascolto di musica**, in aumento del 6.5% rispetto al 2022.

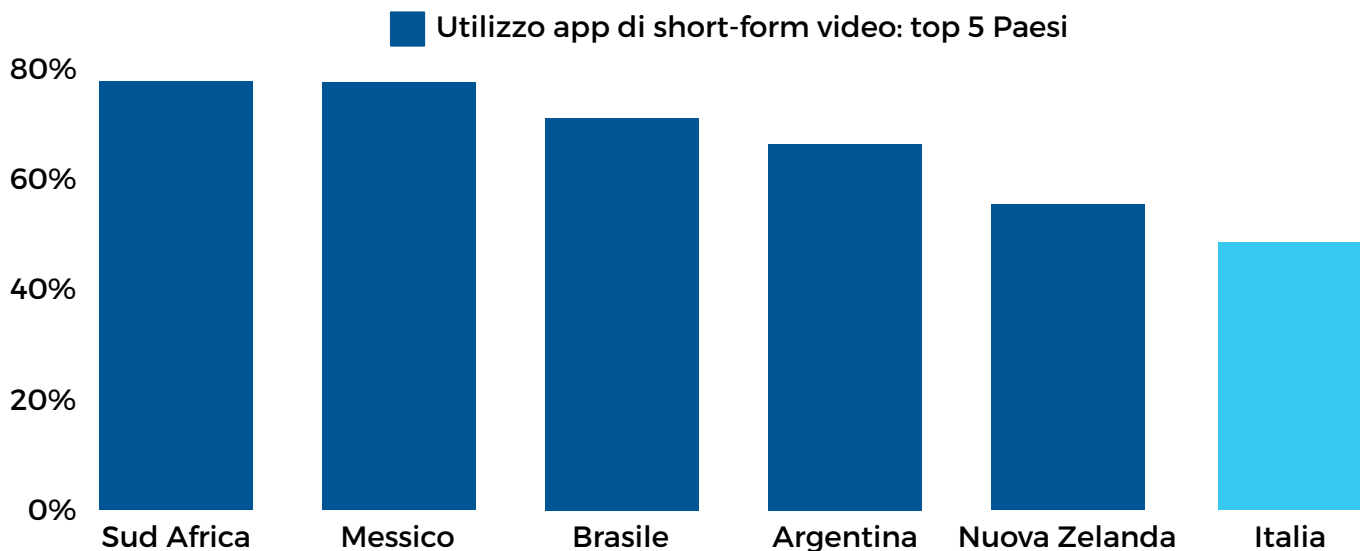
I consumatori italiani ascoltano la musica in media attraverso **7 modalità differenti**, le principali sono l'audio streaming in abbonamento e supportato a pubblicità, il video streaming e la radio.



FOCUS ON: SHORT FORM VIDEO

Il peso economico degli **short-form video** nel 2023 è di **7.8 milioni di euro**, pari al **2.9% del mercato italiano fisico & digitale**. In Italia il **42%** degli utenti

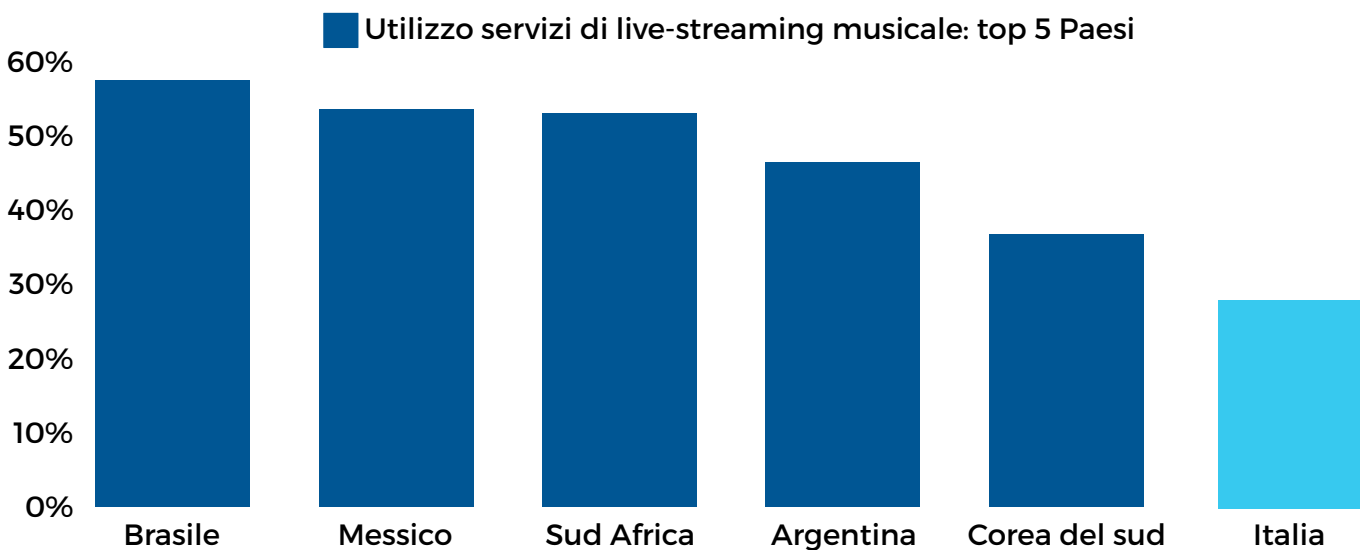
utilizza app di short-form video e il **69%** del tempo passato su **TikTok** è speso per guardare video in cui la **musica** è **centrale**.



FOCUS ON: LIVE STREAMING

In Italia il **28% dei consumatori** ha fruito di un contenuto musicale in **live-streaming** nell'ultimo mese.

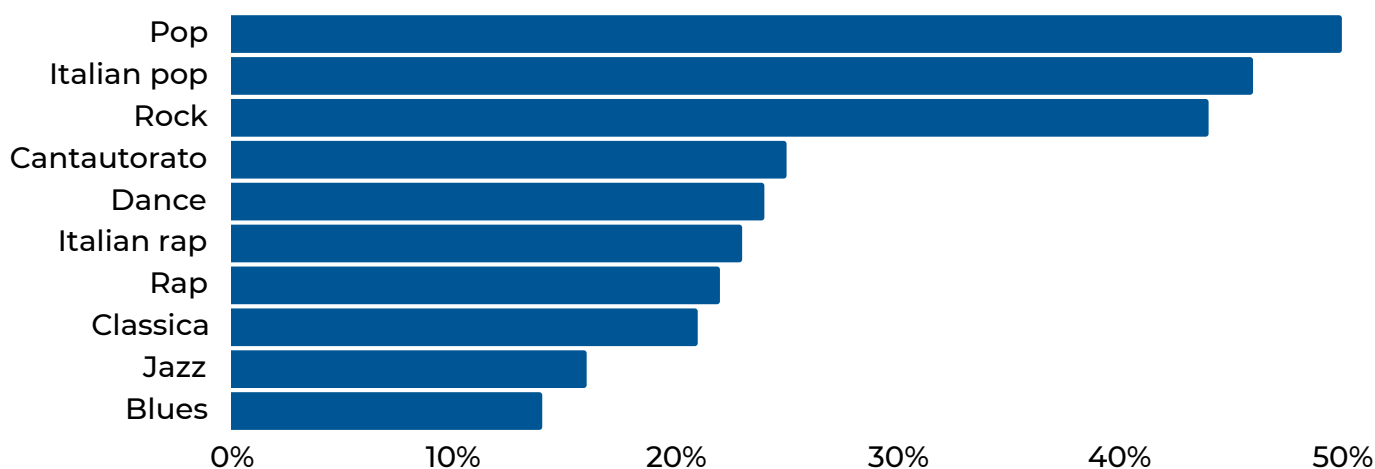
Nello specifico, il **44%** dei **gamers** ha assistito ad almeno un **concerto virtuale** negli ultimi tre mesi.



I GENERI MUSICALI PIÙ ASCOLTATI IN ITALIA

I consumatori italiani ascoltano in media **7.7 generi musicali**: i preferiti sono il pop, l'italian pop e il rock. Il fruitore di musica in Italia predilige il consumo del **repertorio locale**: in media il 49% del

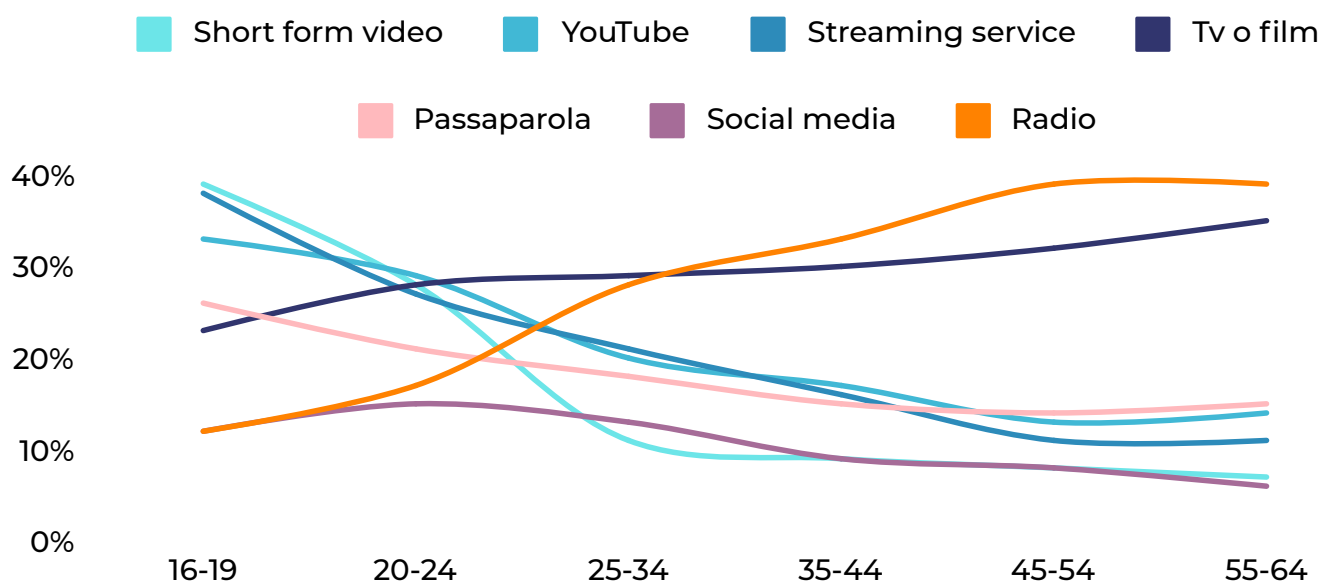
tempo impiegato ad ascoltare musica è infatti speso per la fruizione di artisti italiani, si tratta del secondo risultato più alto in Europa, dopo la Francia.



LA SCOPERTA DI MUSICA

La **radio** è il mezzo più utilizzato per la **discovery** nella fascia adult (31%), mentre i **giovani** tra i 16 e i 19 anni preferiscono

TikTok (39%) e scoprono nuova musica in misura **due volte** maggiore rispetto alla fascia 55-64 anni.

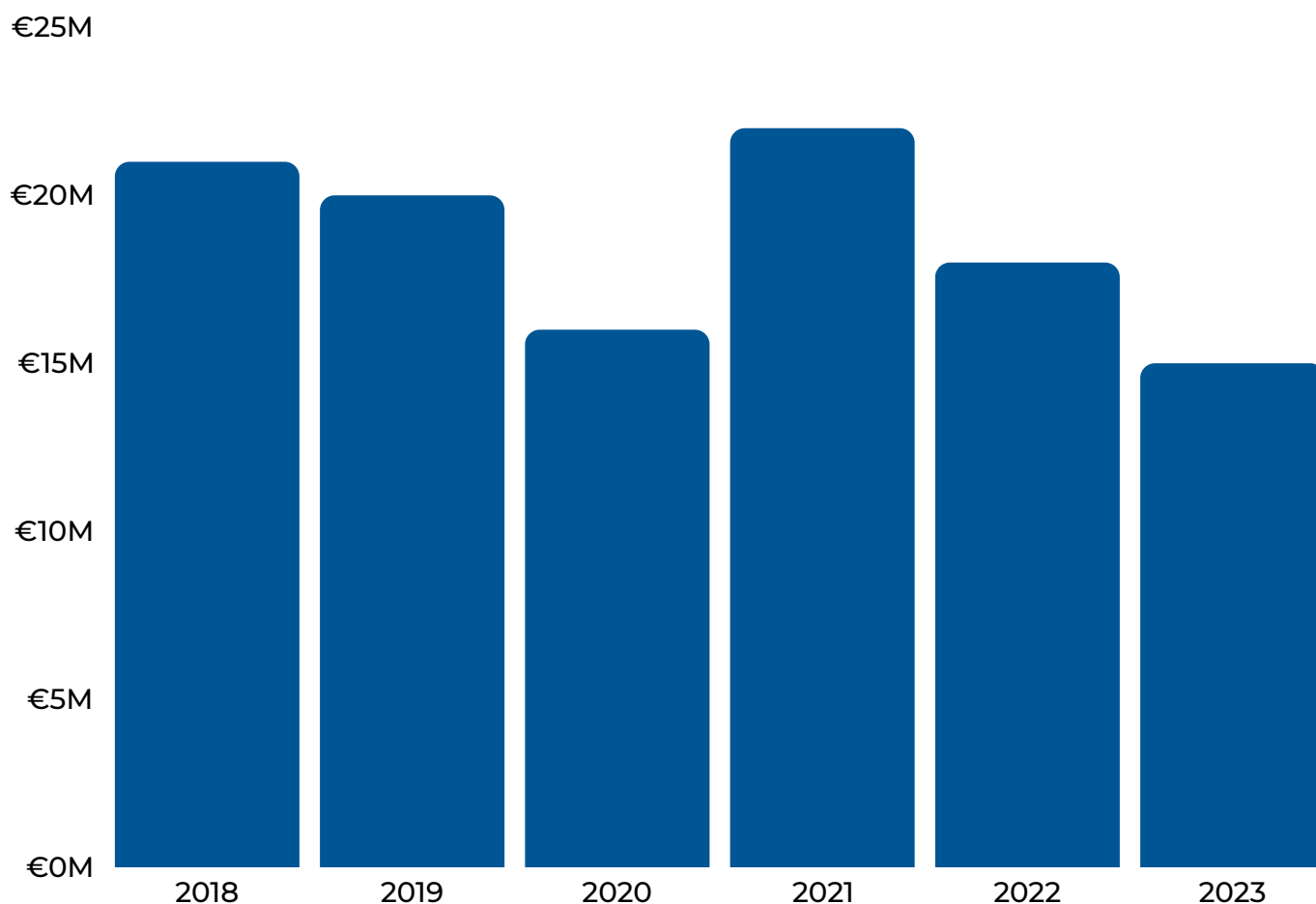


Le misure istituzionali

IL BONUS CULTURA

Dal 2018 al 2023 il **Bonus Cultura** ha generato **112 milioni di euro** per il settore della musica registrata: si tratta di una misura fondamentale che ha incentivato i consumi negli ultimi anni portando molti giovanissimi ad avvicinarsi alla musica in tutte le sue diverse forme e alimentando

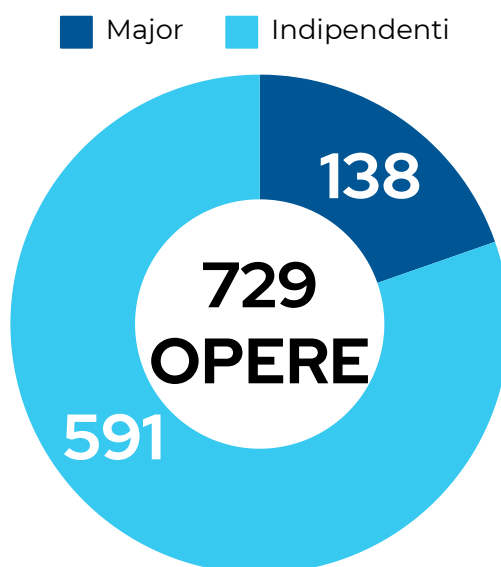
un circuito virtuoso che ha sostenuto la produzione e la creatività italiana. Dal 2024 è stato sostituito dalla Carta Cultura e dalla Carta del Merito, che prevedono vincoli più rigidi per l'ottenimento, come il limite ISEE e il raggiungimento del voto 100 o 100L all'esame di maturità.



IL TAX CREDIT

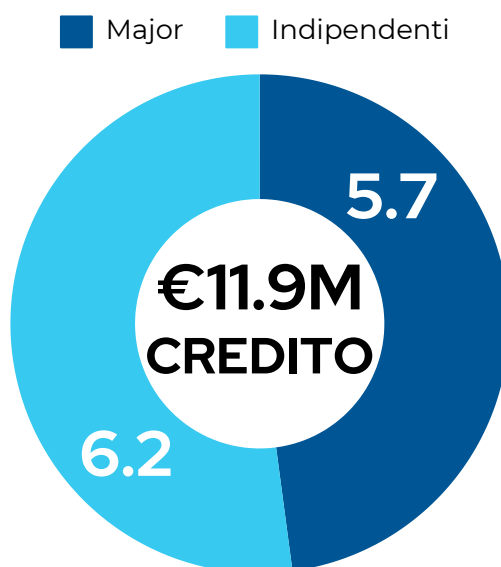
Il **Tax Credit** è un credito d'imposta che consente ai produttori di fonogrammi di scontare a livello fiscale il **30%** degli

investimenti sostenuti per un massimo di **75.000 euro** a opera e di **2 milioni di euro** ad azienda nel triennio.



Negli ultimi dieci anni **729 opere discografiche** hanno beneficiato del Tax Credit musica per un totale di circa **12 milioni di euro**: questa misura istituzionale si è rivelata fondamentale per l'industria

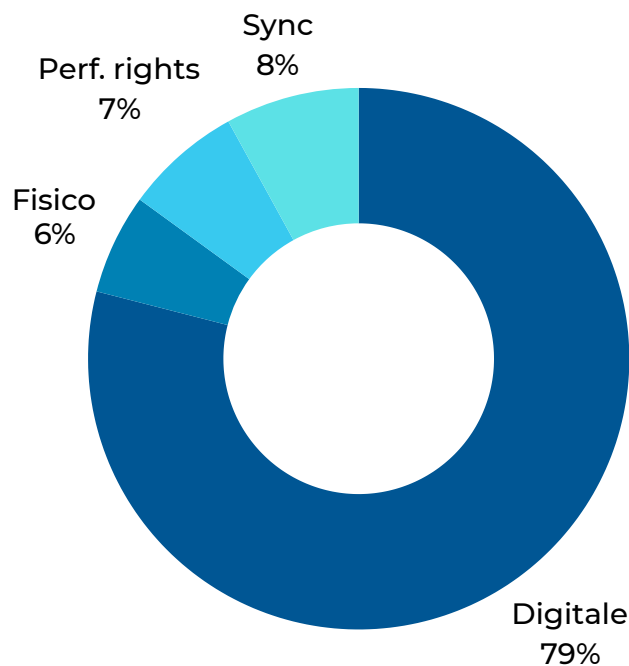
musicale confermandosi un volano per gli investimenti delle case discografiche major e indipendenti nello sviluppo di nuovi talenti, con un ottimo riscontro sull'intera economia del settore.



L'export

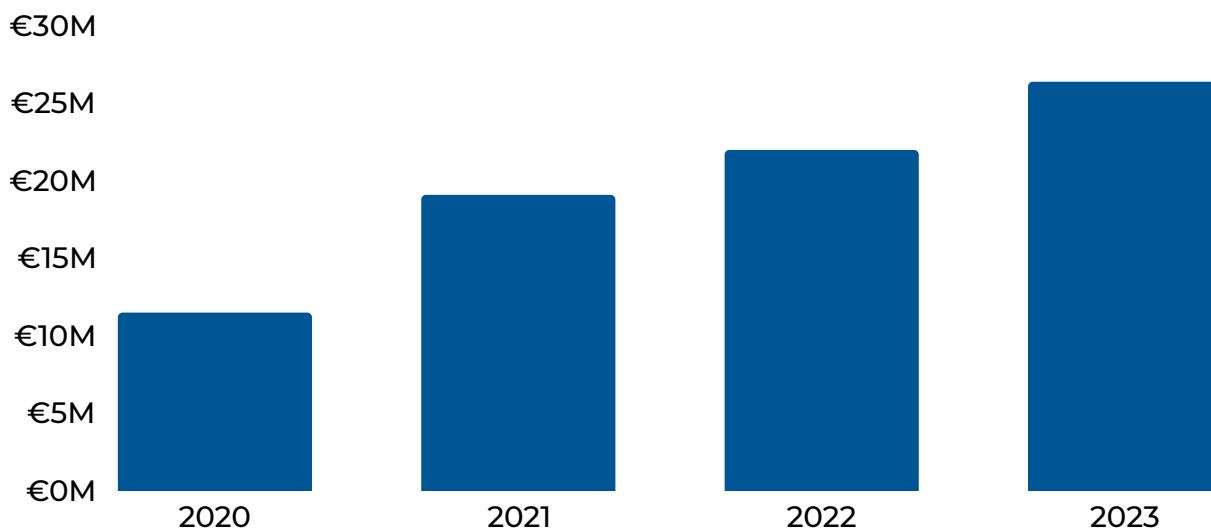
Nel 2023 cresce il mercato della musica italiana all'estero, con i **ricavi da royalties**

che aumentano del **20%** rispetto al 2022 superando i **26 milioni di euro**.



I risultati dell'ultimo anno celebrano un percorso di rimonta dei consumi di musica italiana a livello globale avviato nel 2020:

in soli 4 anni i ricavi sono aumentati di circa **15 milioni di euro**, per un rilevante incremento del **130%**.



Le classifiche

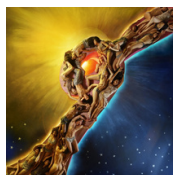
TOP 10 ALBUM | TOP OF THE MUSIC



1.
**IL CORAGGIO
DEI BAMBINI**
Geolier



2.
SIRIO
Lazza



3.
**LA DIVINA
COMMEDIA**
Tedua



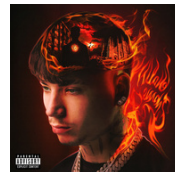
4.
FAKE NEWS
Pinguini Tattici
Nucleari



5.
**MATERIA
(PRISMA)**
Marco Mengoni



6.
X2VR
Sfera Ebbasta



7.
MILANO DEMONS
Shiva



8.
RAVE, ECLISSI
Tananai



9.
MADREPERLA
Guè



10.
ALBA
Ultimo

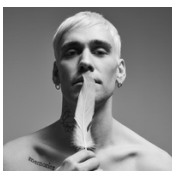
TOP 10 SINGOLI | TOP OF THE MUSIC



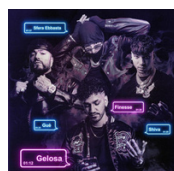
1.
CENERE
Lazza



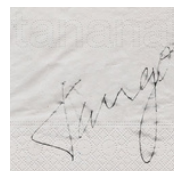
2.
DUE VITE
Marco Mengoni



3.
SUPEREROI
Mr.Rain



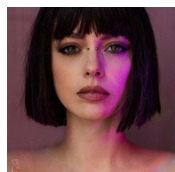
4.
GELOSA
Finesse feat. Shiva,
Sfera Ebbasta & Guè



5.
TANGO
Tananai



6.
VETRI NERI
Ava, Anna
& Capo Plaza



7.
MON AMOUR
Annalisa



8.
ITALODISCO
The Kolors



9.
**QUEVEDO: BZRP MUSIC
SESSIONS, VOL. 52**
Bizarrap & Quevedo



10.
COME VUOI
Geolier

TOP 100 Album & Compilation: si considerano gli album su supporto fisico (es. CD, Vinili), in download e gli ascolti in audio streaming premium
TOP 100 Singoli: si considerano le canzoni con il maggior numero di download e con il maggior numero di ascolti in audio streaming premium

TOP 10 VINILI | TOP OF THE MUSIC



1.
THE DARK SIDE OF THE MOON
Pink Floyd



2.
CVLT
Salmo & Noyz Narcos



3.
X2VR
Sfera Ebbasta



4.
RUSH!
Måneskin



5.
SIRIO
Lazza



6.
ASTROWORLD
Travis Scott



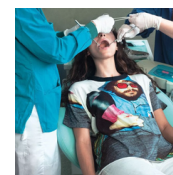
7.
LA DIVINA COMMEDIA
Tедуa



8.
AM
Arctic Monkeys



9.
HACKNEY DIAMONDS
The Rolling Stones



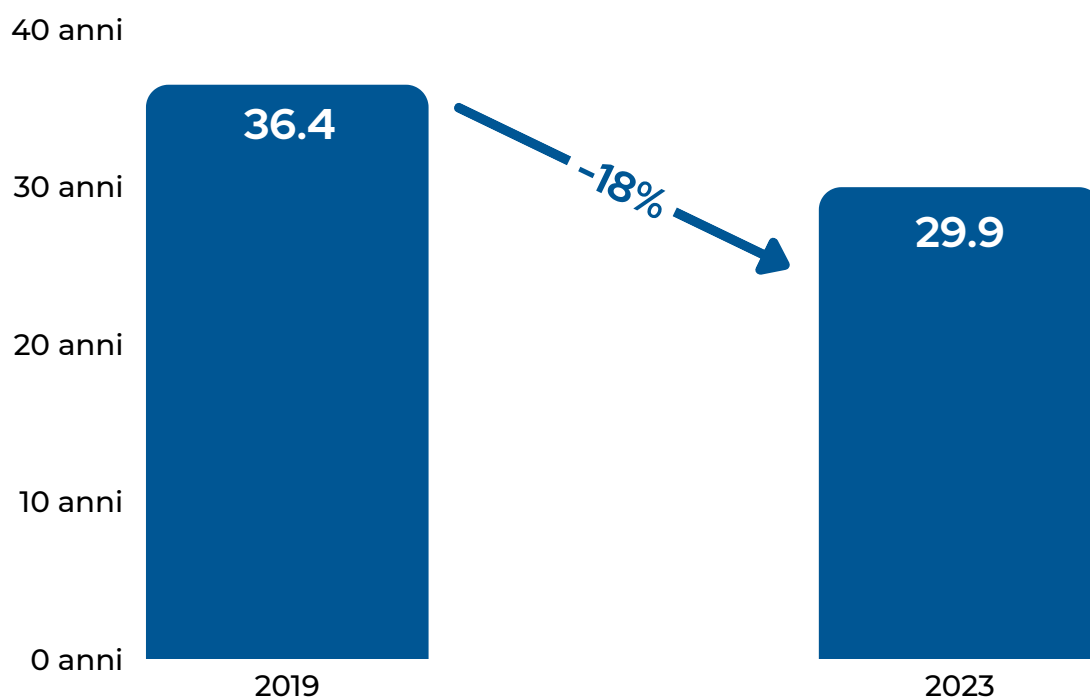
10.
RELAX
Calcutta

Top 20 Vinili: i 20 album in vinile con il maggior numero di vendite rilevate all'interno dei canali rappresentati

IL RICAMBIO GENERAZIONALE

Gli **investimenti in ricerca e sviluppo delle case discografiche sui giovani talenti** hanno prodotto un importante

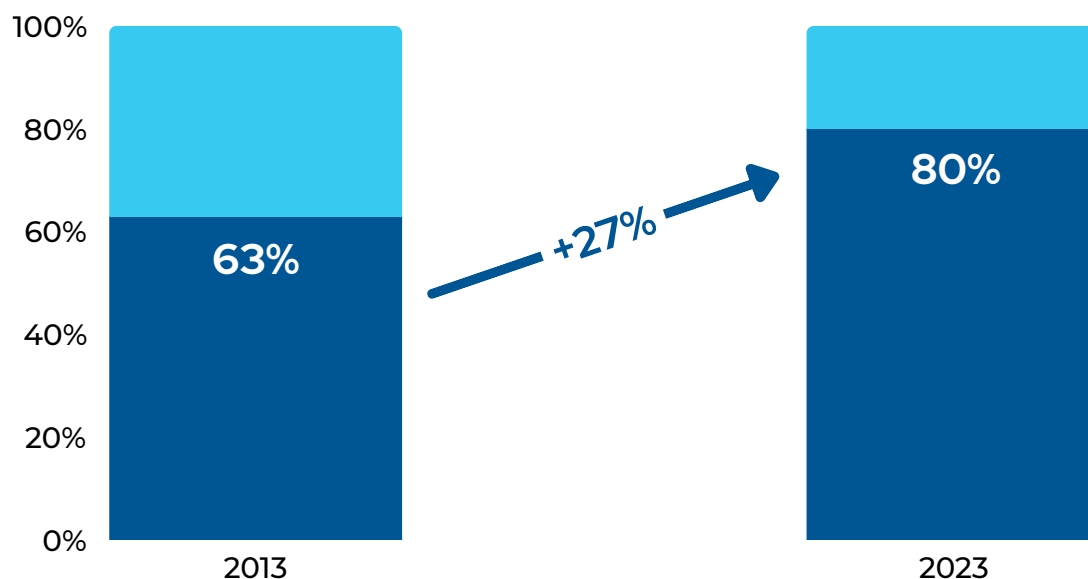
cambio generazionale all'interno delle classifiche, con l'**età media** degli artisti in Top 10 Album che è **diminuita del 18%**.



IL REPERTORIO LOCALE

Nel 2023 l'**80%** degli album della **Top 100 annuale** appartengono ad **artisti italiani**, nel 2013 la quota era del 63%: è un altro importante risultato ottenuto grazie

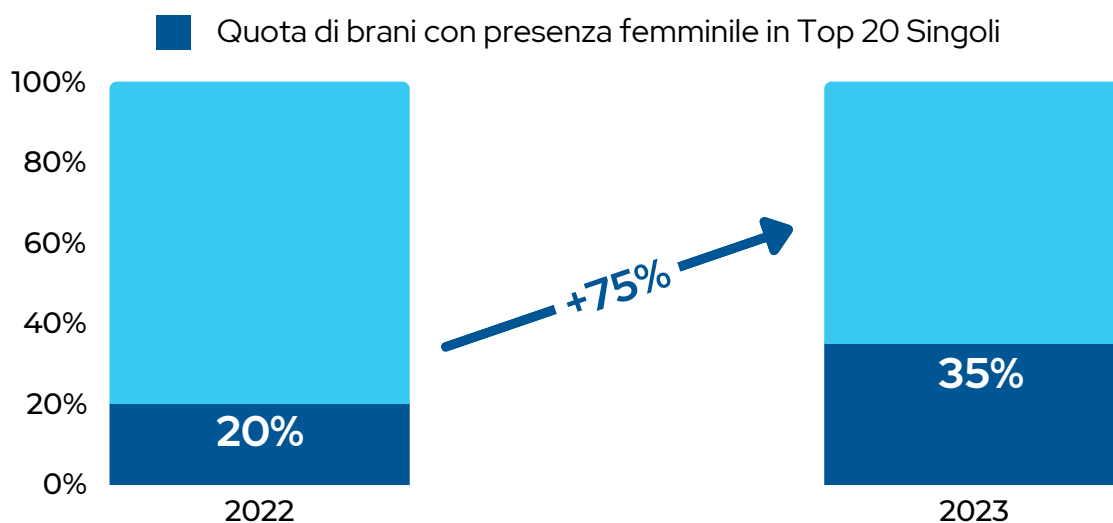
alla scelta delle case discografiche di continuare a investire nella ricerca e sviluppo di giovani artisti italiani anche durante gli anni di crisi.



LA QUESTIONE DI GENERE

Cresce la presenza femminile nelle classifiche: se nel 2022 nelle prime 20 posizioni della chart Singoli erano infatti presenti solo 4 artiste, nel 2023 la

quota sale a 7, arrivando a 12 nelle prime 30 posizioni per una quota pari al 40% del segmento di chart. **Si tratta del dato più alto degli ultimi dieci anni.**



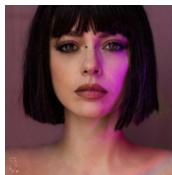
TOP 10 VIDEO MUSICALI | YOUTUBE



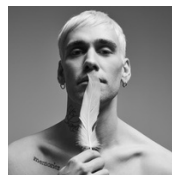
1.
DUE VITE
Marco Mengoni



2.
CENERE
Lazza



3.
MON AMOUR
Annalisa



4.
SUPEREROI
Mr. Rain



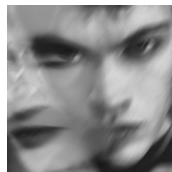
5.
COME VUOI
Geolier



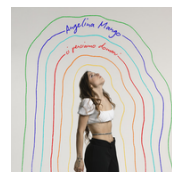
6.
VETRI NERI
Ava, Anna
& Capo Plaza



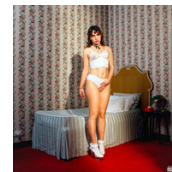
7.
X CASO
Geolier feat.
Sfera Ebbasta



8.
**UN BRICIOLO
DI ALLEGRIA**
Blanco & Mina

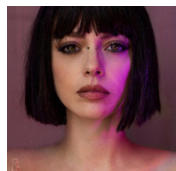


9.
**CI PENSIAMO
DOMANI**
Angelina Mango

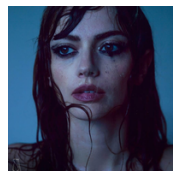


10.
**IL BENE
NEL MALE**
Madame

TOP 10 TRACKS | TIKTOK



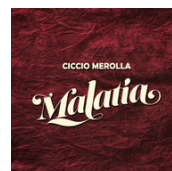
1.
MON AMOUR
Annalisa



2.
BELLISSIMA
Annalisa



3.
ITALODISCO
The Kolors



4.
MALATIÀ
Ciccio Merolla



5.
**COOKIES
N'CREAM**
Guè, Anna
& Sfera Ebbasta



6.
**SHAKIRA: BZRP MUSIC
SESSIONS, VOL.53**
Bizarrap & Shakira



7.
MAKEBA
Jain



8.
CHICO
Guè, Rose Villain
& Luchè



9.
PELÈ
Rhove & Madfingerz



10.
'O MAR FOR
Stefano Lentini
& Matteo Paolillo
- Icaro, Lolloflow
& Raiz

TOP 10 AIRPLAY | EARONE



1.
ITALODISCO
The Kolors



2.
DANCE THE NIGHT
Dua Lipa



3.
PARAFULMINI
Ernia, Bresh
& Fabri Fibra



4.
CENERE
Lazza



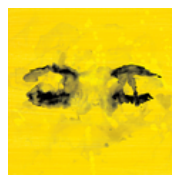
5.
MERCY
The Blessed
Madonna feat.
Jacob Lusk



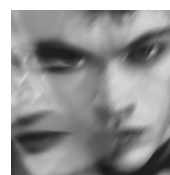
6.
RUBAMI LA NOTTE
Pinguini Tattici
Nucleari



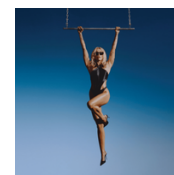
7.
**(IT GOES LIKE)
NANANA**
Peggy Gou



8.
EYES CLOSED
Ed Sheeran



9.
**UN BRICIOLO
DI ALLEGRIA**
Mina & Blanco

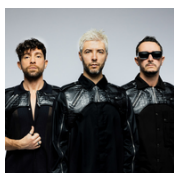


10.
FLOWERS
Miley Cyrus

TOP 10 ARTISTI ITALIANI PIÙ ASCOLTATI ALL'ESTERO | SPOTIFY



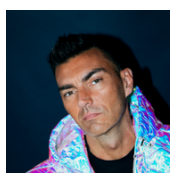
1.
MÅNESKIN



2.
MEDUZA



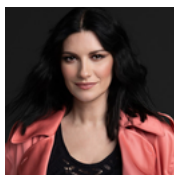
3.
**LUDOVICO
EINAUDI**



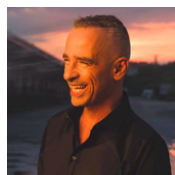
4.
GABRY PONTE



5.
**ANTONIO
VIVALDI**



6.
**LAURA
PAUSINI**



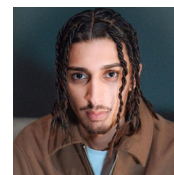
7.
**EROS
RAMAZZOTTI**



8.
**GIGI
D'AGOSTINO**



9.
**ANDREA
BOCELLI**

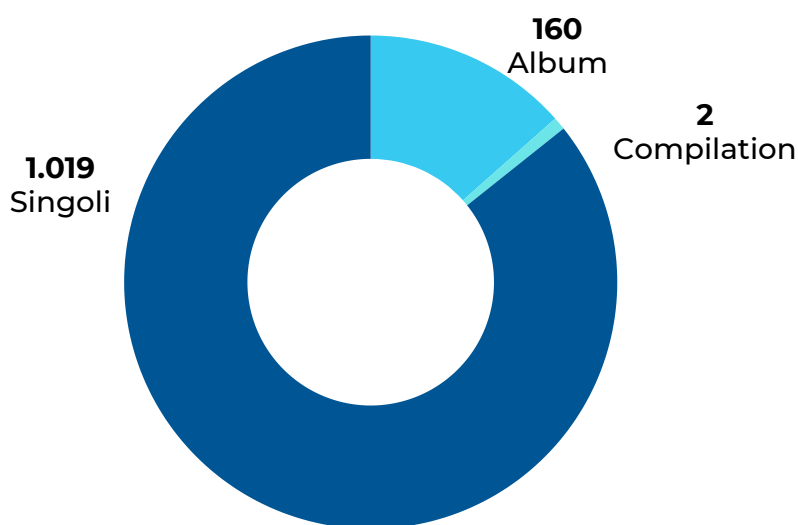


10.
BABY GANG

Le certificazioni

Nel 2023 ben **1.181 titoli** hanno raggiunto una certificazione tra i **FIMI Awards**, a dimostrazione del forte e costante impegno dell'industria discografica nel

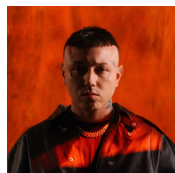
supportare i propri talenti. I riconoscimenti sono così suddivisi: **160 Album**, **2 Compilation** e **1.019 Singoli**.



TOP 10 ARTISTI PIÙ CERTIFICATI 2023 | FIMI AWARDS



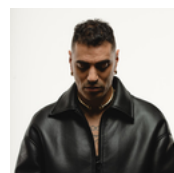
SFERA EBBASTA
79 platini
15 ori



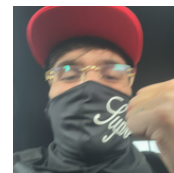
LAZZA
60 platini
18 ori



BLANCO
54 platini
4 ori



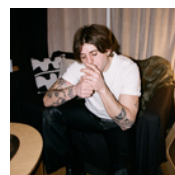
MARRACASH
45 platini
4 ori



GEOLIER
40 platini
14 ori



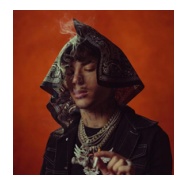
**PINGUINI TATTICI
NUCLEARI**
38 platini
6 ori



RKOMI
31 platini
9 ori



GUÈ
27 platini
18 ori



SHIVA
26 platini
14 ori



TEDUA
20 platini
17 ori

Le sfide del 2024

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA

I sistemi di **AI generativa** rappresentano una potenziale rivoluzione per il settore e una decisa opportunità, così come tutte le tecnologie che hanno trasformato l'industria musicale. Le nuove frontiere presentano però sfide altrettanto grandi, come la tutela dei diritti di proprietà intellettuale, poiché la trasparenza e l'affidabilità sono i cardini di una nuova rivoluzione che accompagnerà il futuro delle opere creative.

L'industria discografica guarda all'intelligenza artificiale come un ausilio importante, ma che necessita di regolamentazioni efficaci. A tal proposito, **FIMI è firmataria della campagna globale Human Artistry CampAlign** che ha introdotto i **principi fondamentali per le applicazioni dell'intelligenza artificiale** a sostegno della creatività e del talento umano.

I PRINCIPI FONDAMENTALI PER L'APPLICAZIONE DELL'AI

1. La tecnologia ha da molto tempo potenziato l'espressione umana e l'IA non sarà differente
2. Le opere create dall'uomo continueranno a svolgere un ruolo essenziale nelle nostre vite
3. L'utilizzo di opere protette da copyright e l'utilizzo di voci e immagini di esecutori professionali richiedono l'autorizzazione, la licenza e la compliance a tutte le leggi statali e federali pertinenti
4. I governi non dovrebbero creare nuovi copyright o altre esenzioni della tutela contro la contraffazione che consentano agli sviluppatori di IA di sfruttare i creatori senza autorizzazione o compenso
5. Il copyright deve proteggere solo il valore unico della creatività intellettuale umana
6. L'affidabilità e la trasparenza sono essenziali per il successo dell'IA e per la protezione dei creatori
7. Nella fase politica devono essere rappresentati gli interessi dei creatori



IL RICONOSCIMENTO DEL VALORE DELLA MUSICA

La musica ha sempre avuto un profondo valore culturale ed economico e le politiche pubbliche devono garantire che questo valore sia pienamente riconosciuto e protetto nel mercato. Questo significa che chiunque desideri utilizzare musica protetta da copyright sulla propria

piattaforma o come parte del proprio servizio deve ottenere il permesso dal titolare dei diritti prima di poterla utilizzare. Il venir meno di questa struttura di incentivi consolidata da lungo tempo causerebbe danni significativi.

IL RISPETTO DEI DIRITTI ESCLUSIVI

I 'diritti esclusivi' assicurano che i titolari dei diritti possano controllare l'uso delle loro opere e guadagnare denaro da esse. I responsabili politici comprendono sempre di più l'importanza per i titolari dei diritti di poter scegliere se e a quali condizioni

autorizzare l'uso delle loro opere, che è la base per un mercato delle licenze di successo. Il recente AI Act europeo ha stabilito rilevanti principi connettendo l'evoluzione tecnologia alle normative comunitarie sul copyright

LO SVILUPPO DI UN MERCATO COMPETITIVO

Il mercato musicale di oggi è altamente competitivo e gli artisti hanno più scelta che mai su come creare e distribuire la loro musica ai fan di tutto il mondo. Gli artisti che scelgono di collaborare con una casa discografica lo fanno per beneficiare delle risorse, dell'esperienza e dell'expertise della label, oltre che per sfruttare il loro input creativo, le reti globali, le capacità analitiche e di marketing. Attraverso queste collaborazioni, gli artisti sviluppano nuove opportunità creative e commerciali che possono portare a ulteriori successi.

L'ambiente sempre più competitivo ha portato benefici diretti per gli artisti. Uno studio di IFPI mostra che i pagamenti delle case discografiche ai loro artisti sono aumentati del 96% tra il 2016 e il 2021. I responsabili delle politiche dovrebbero supportare un mercato competitivo in cui gli artisti e i loro partner commerciali siano liberi di sviluppare nuove collaborazioni che consentano loro di aumentare le entrate dalle fonti esistenti e generare entrate da nuove fonti a beneficio di tutte le parti.



FIMI nasce nel 1992, è socio fondatore di Confindustria Cultura Italia e membro IFPI, rappresenta le maggiori imprese produttrici e distributrici del settore discografico per un totale di oltre 2.500 marchi tra i più famosi al mondo.