



LA
MUSICA
CHE
CONTA

LA MUSICA CHE CONTA

LO STATO E IL VALORE ECONOMICO
DELLA PRODUZIONE MUSICALE ITALIANA

Volume 2 - 2024

Un progetto realizzato da

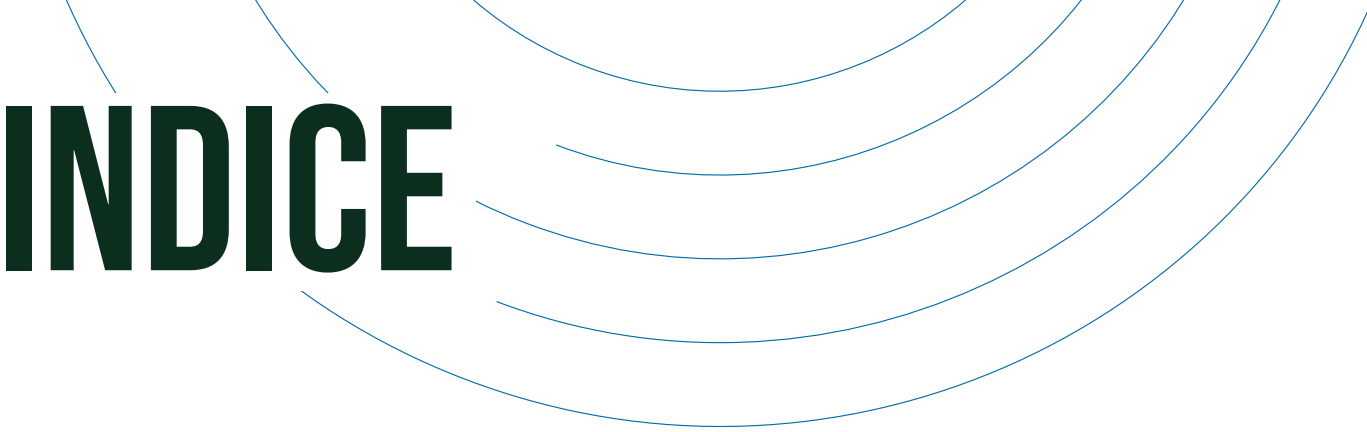


FONDAZIONE
ASSOLOMBARDA



Un progetto realizzato da





INDICE

PREFAZIONE A cura di Antonio Calabrò e Alessandro Scarabelli	4
---	----------

PREMESSA A cura di Gianni di Sario	6
---	----------

Dove eravamo rimasti?

INTRODUZIONE A cura di Sergio Cerruti	14
--	-----------

Musica e Società: una forza economica per la cultura Italiana	18
La Nuova Edizione de “La Musica che Conta”	22
Le principali novità normative e di mercato	23

LA MUSICA IN ITALIA	24
----------------------------	-----------

Lo scenario della musica in Italia	26
I generi musicali preferiti dagli italiani	32
Il bacino degli ascoltatori	34
La fruizione della musica	44
Ecosistema del diritto e flussi commerciali	50
Le principali piattaforme di streaming	52
La pirateria musicale	56
La fruizione live della musica	60
Musica e comunicazione	62

IL PROFILO DELL'ASCOLTATORE DI MUSICA	64
--	-----------

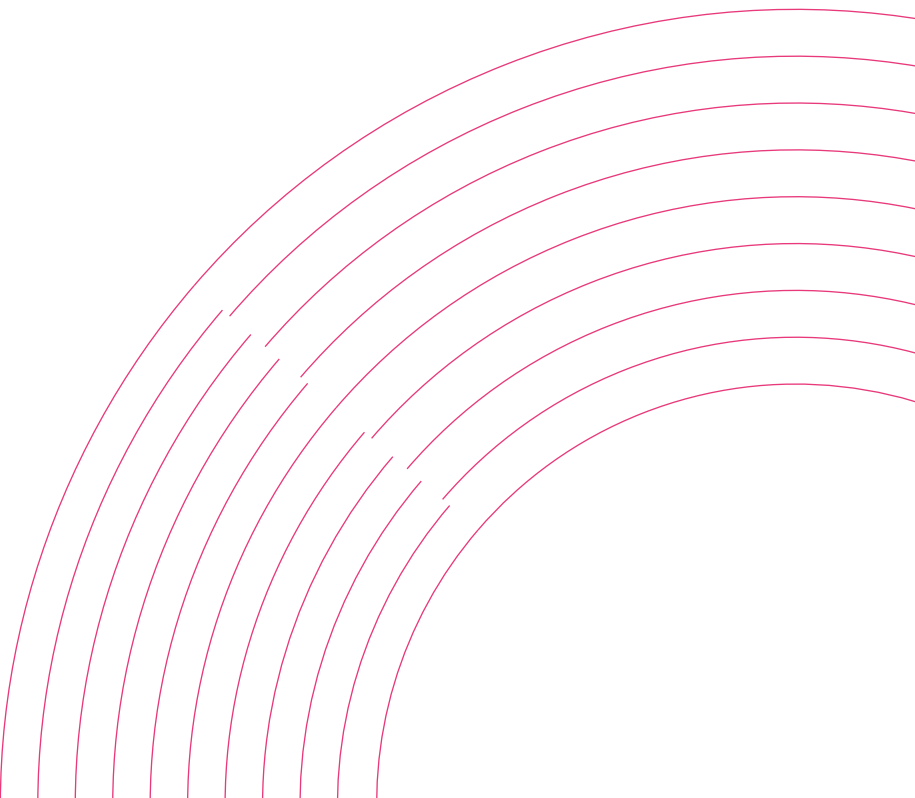
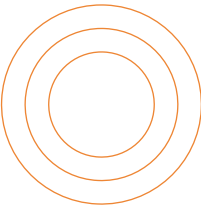
Il target	66
Le parole chiave	67
Il profilo sociodemo e psicografico	68
Le scelte musicali	76
Media e pubblicità	78
Conclusioni	82

IMPATTO E PERFORMANCE DEL SETTORE DELLA PRODUZIONE MUSICALE INDIPENDENTE A cura del Centro Studi Assolombarda	84
--	-----------

Introduzione	86
Uno sguardo generale	87
Il contributo economico al PIL	90
Il moltiplicatore del PIL	93
L'andamento nel post-pandemia	94
Conclusioni	95

APPENDICE	96
------------------	-----------

Glossario	98
I mestieri della musica	102
Contesto, dati e metodologia	106
Autori e partner	112
Ringraziamenti	114
Bibliografia	115



PREFAZIONE

A cura di Antonio Calabrò, Presidente Fondazione Assolombarda
e Alessandro Scarabelli, Direttore Generale Assolombarda

Secondo il filosofo tedesco Friedrich Nietzsche **“senza musica la vita sarebbe un errore”**.

Questa citazione risuona profondamente ai giorni nostri, dove la musica non è solo intrattenimento, ma un veicolo di identità e coesione sociale, in grado di connettere persone e comunità. Recenti studi dimostrano che oltre l'88% degli italiani interagisce con la musica, un dato che è una reale testimonianza di quanto essa stessa sia radicata nel tessuto quotidiano del nostro Paese.

La musica, dunque, non può più essere considerata soltanto come una meravigliosa espressione artistica, ma come un vero e proprio motore economico in costante evoluzione, capace di generare cultura, ricchezza e occupazione lungo tutta la filiera.

L'industria musicale italiana, infatti, continua sempre più a rappresentare un asset strategico in continua espansione, capace di generare valore con un impatto decisamente significativo in Lombardia e in particolare nella Grande Milano, da sempre cuore pulsante della creatività e dell'innovazione. E questo è ancora più vero se pensiamo specialmente all'effetto della digitalizzazione e di come abbia trasformato il modo in cui produciamo e consumiamo cultura. Anche in questo caso la nostra Regione, con la sua fitta rete di etichette indipendenti e di multinazionali, funziona da laboratorio di sperimentazione rispetto alle trasformazioni dei mercati.

Il secondo volume dello studio di settore “La Musica che Conta” si propone di approfondire queste dinamiche, analizzando le sfide e le opportunità che il settore musicale affronta oggi. Verranno esplorati i dati più recenti, le tendenze emergenti e le innovazioni normative, sottolineando l'importanza cruciale della musica come motore di sviluppo economico e culturale, nonché il suo potenziale inespresso, che merita di essere valorizzato e sostenuto.

Non dobbiamo dimenticare che la musica, in fin dei conti, si configura come una vera e propria industria, che muove i suoi ingranaggi attraverso un linguaggio universale capace di unire persone, transcendendo confini e differenze. Un pilastro dell'economia culturale e dell'antropologia della società civile, con i suoi valori e i suoi progetti. Ogni nota e ogni melodia portano con sé storie di emozioni e passioni, memorie, speranza e identità, nutrendo l'anima e arricchendo la nostra vita. In questo intreccio di stati d'animo, bisogni e opportunità economiche è fondamentale riconoscere il potere evocativo e trasformativo della musica e impegnarsi a preservarne e valorizzarne il patrimonio. Solo così potremo fare sì che continui a essere un faro di ispirazione anche per le generazioni future, come lo è, d'altronde, la nostra industria.

“SENZA LA MUSICA
LA VITA SAREBBE
UN ERRORE”

Friedrich Nietzsche

PREMESSA

PREMESSA

DOVE ERAVAMO RIMASTI?

I punti salienti della prima edizione
A cura di Gianni di Sario, Presidente AFI

Per un Paese come l'Italia, che da sempre fonda le proprie radici su un patrimonio culturale e artistico inestimabile, la cultura non è solo un fattore identitario, ma un motore di sviluppo economico. Le produzioni italiane si nutrono di cultura e bellezza, creando un legame indissolubile tra le arti e l'economia, tra il patrimonio di beni e competenze e la capacità di trasformarli in valore concreto. In questo contesto, la cultura non è un elemento isolato, ma si intreccia con i mercati e le economie che la rendono una vera e propria dorsale industriale del nostro Paese.

Nel corso degli ultimi anni, abbiamo assistito a una trasformazione profonda del concetto di intrattenimento.

Un cambiamento guidato dal sodalizio tra le arti e la tecnologia, che ha rivoluzionato il modo in cui il pubblico fruisce di musica, cinema, libri e molto altro.

La digitalizzazione ha reso possibile una diffusione capillare di contenuti, superando i confini geografici e permettendo all'Italia di proiettare la propria cultura su un palcoscenico globale. Ma non si tratta solo di raggiungere nuovi pubblici: la tecnologia ha migliorato l'esperienza di

fruizione, rendendo l'intrattenimento più accessibile e più coinvolgente, adattandosi alle esigenze di un pubblico sempre più diversificato. "Dove eravamo rimasti?" è la domanda che ci poniamo all'inizio di questa nuova edizione dello studio di settore "La Musica che Conta".

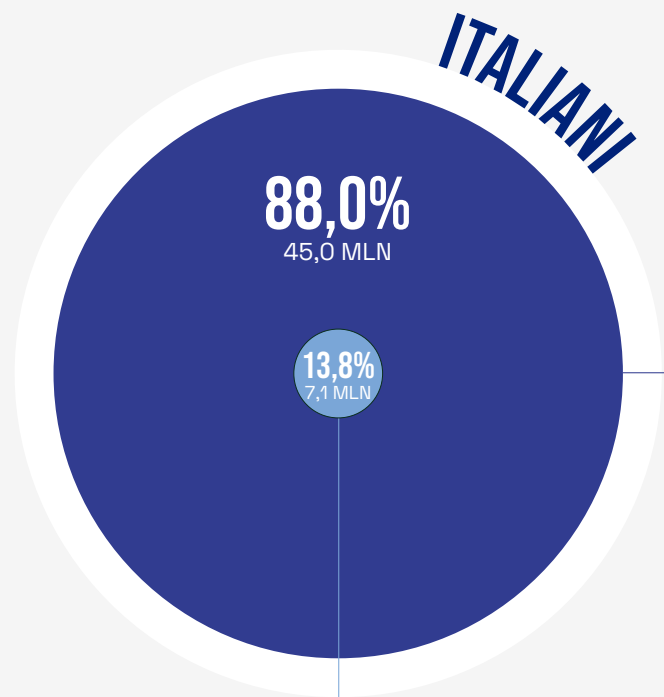
Un progetto che propone di analizzare in un sistema di continuità lo stato dell'industria musicale e la sua evoluzione partendo da una valutazione dei dati precedenti nel tentativo di anticipare quelli futuri.

Per fare questo è infatti necessario ricordarci "Dove eravamo rimasti?", riprendendo e ricordando non solo il valore sociale del concetto di "Cultura" come dorsale industriale del Paese e di "Musica" come sua verticale economica ma anche i principali cambiamenti e sviluppi che hanno caratterizzato il settore negli ultimi anni, con un'attenzione particolare all'impatto economico delle produzioni indipendenti e all'influenza delle nuove tecnologie di distribuzione e delle regole di mercato che ne consentono una continua crescita.



Questa rappresentazione, tratta dall'edizione 2022 dello studio “La Musica che Conta”, offre una visione d'insieme sull'importanza della musica per gli italiani. I dati mostrano che nel 2021 l'88% della popolazione, circa 45 milioni di persone, ascoltava e interagiva con la musica attraverso vari canali.

QUANTO È ASCOLTATA LA MUSICA?



HA ASSISTITO AD ALMENO UN CONCERTO NEGLI ULTIMI TRE MESI
+2,1% VS 2015

ASCOLTA ED INTERAGISCE CON LA MUSICA

- 73% Giovani e adulti (14-54 anni)
- 50% Vive con genitori e giovani coppie
- 93% Medie inferiori e Superiori, Laurea
- 69% Reddito medio, medio/alto
- 67% Studenti e lavoratori

PREMESSA

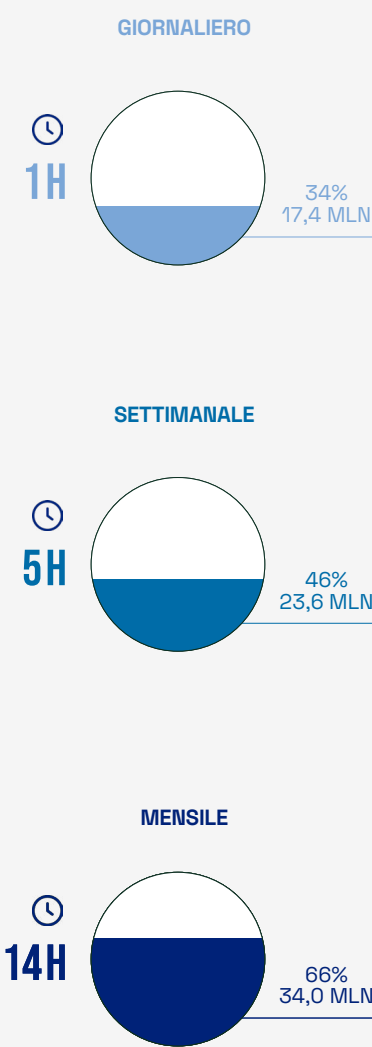
La radio era il mezzo più utilizzato (56%), seguita dallo streaming (34%), con una significativa preferenza per lo streaming gratuito (30%).

L'analisi evidenzia anche il tempo dedicato all'ascolto: il 34% ascoltava musica ogni giorno per un'ora, e il 66% arrivava a 14 ore mensili. Inoltre, il 13,8% degli italiani ha partecipato ad almeno un concerto o evento musicale negli ultimi tre mesi del 2021, dimostrando il forte legame tra la musica e la quotidianità degli italiani.

STRUMENTO DI ASCOLTO

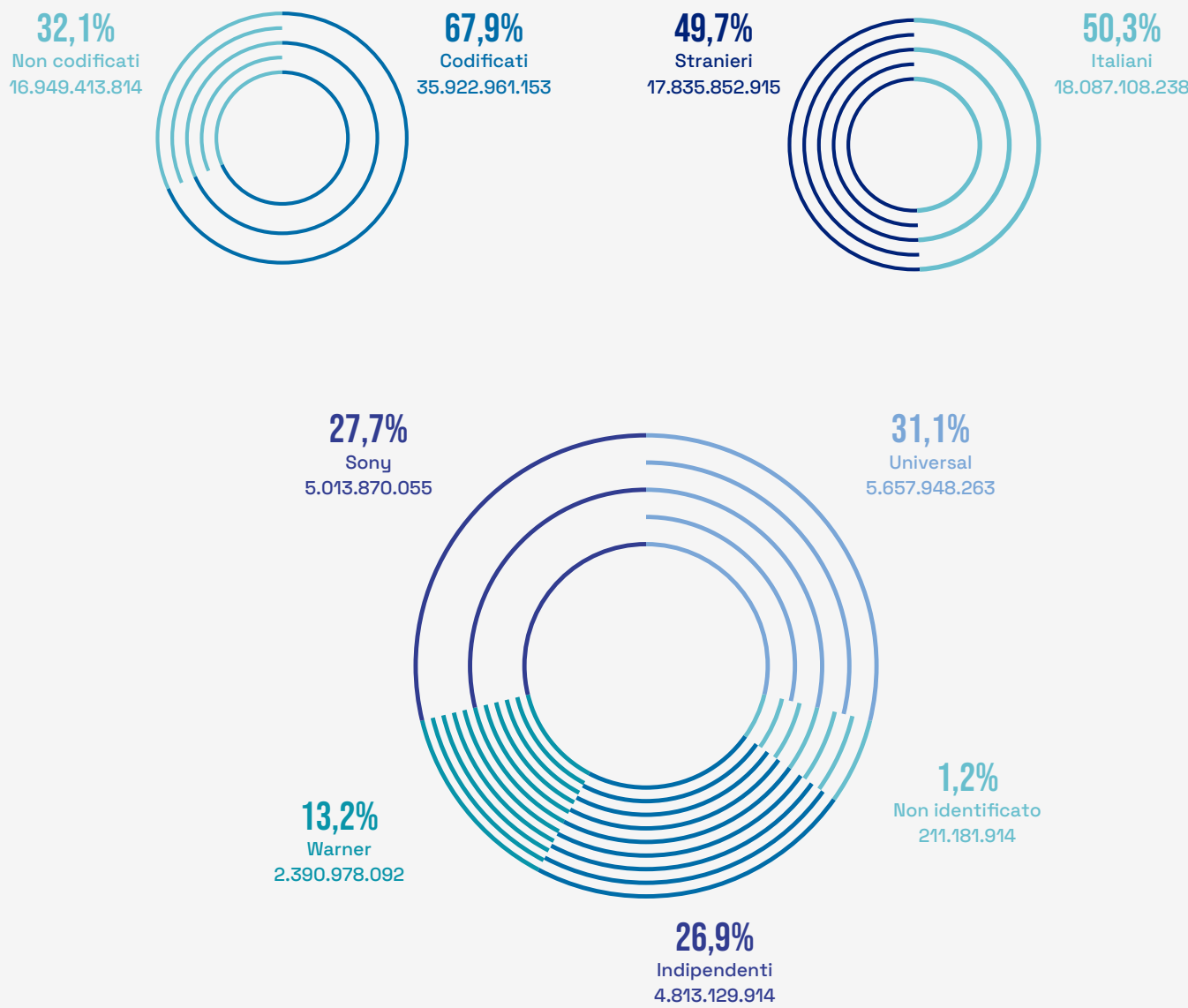
56%	RADIO
28,6 MLN	
34%	TOTALE STREAMING
17,6 MLN	
30%	STREAMING GRATUITO
15,1 MLN	
22%	CANALI TELEVISIVI MUSICALI
11,1MLN	
15%	SUPPORTI FISICI (CD,VINILE)
7,6 MLN	
9%	STREAMING A PAGAMENTO
4,8 MLN	
4%	DOWNLOAD A PAGAMENTO
2,0 MLN	

UTILIZZO MEDIO



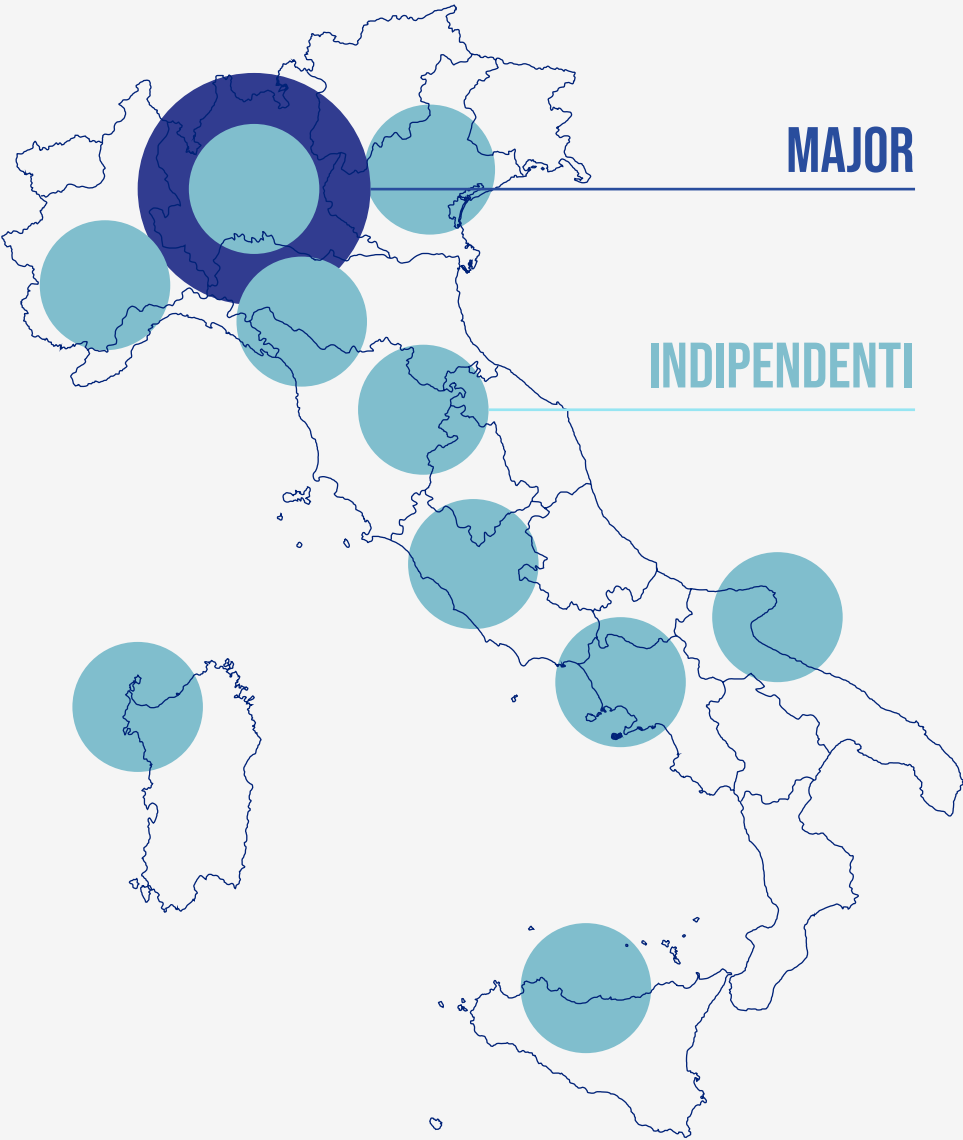
Di particolare interesse sono stati i dati dello streaming, analizzati fino al 2021 che hanno evidenziato che più del 50% dello streaming codificato proveniva dal repertorio musicale italiano, di questo circa il 26,9% aveva origine da etichette discografiche indipendenti, classificando con l'unione di quest'ultime come la quarta multinazionale del settore.

In un simile contesto, è importante sottolineare nuovamente, come avevamo fatto nel corso della scorsa edizione la significativa differenza di impatto economico a favore del paese Italia tra aziende multinazionali ed etichette indipendenti.



Il numero di etichette indipendenti operative è risultato in costante aumento nel periodo considerato, con una crescita di circa il 35% tra il 2011 e il 2020, secondo l'analisi effettuata su un campione rappresentativo. Da notare che, mentre le principali etichette sono prevalentemente concentrate a Milano, quelle indipendenti sono diffuse su tutto il territorio nazionale.

Questa distribuzione contribuisce positivamente alla diffusione del valore economico, che si genera sia direttamente sia indirettamente lungo la filiera di approvvigionamento.



Nota: l'immagine è non esaustiva della reale distribuzione territoriale, in quanto si riferisce alle sole società presenti nel campione oggetto di analisi. (Fonte dati Orbis)

Prima di procedere all’analisi dei dati e delle tendenze attuali, è fondamentale chiudere questa breve ricapitolazione con quanto emerso dal primo volume relativamente all’impatto economico generato solo dal segmento della produzione musicale indipendente.

Le conclusioni e le intuizioni raccolte in quella prima fase rappresentano la base su cui poggiano i risultati e le interpretazioni del secondo volume, finalizzato a comprendere in che modo le aziende del settore si diversificano tra di loro nei modelli di business e nell’impatto che da sole e in gruppo generano per la nostra economia.

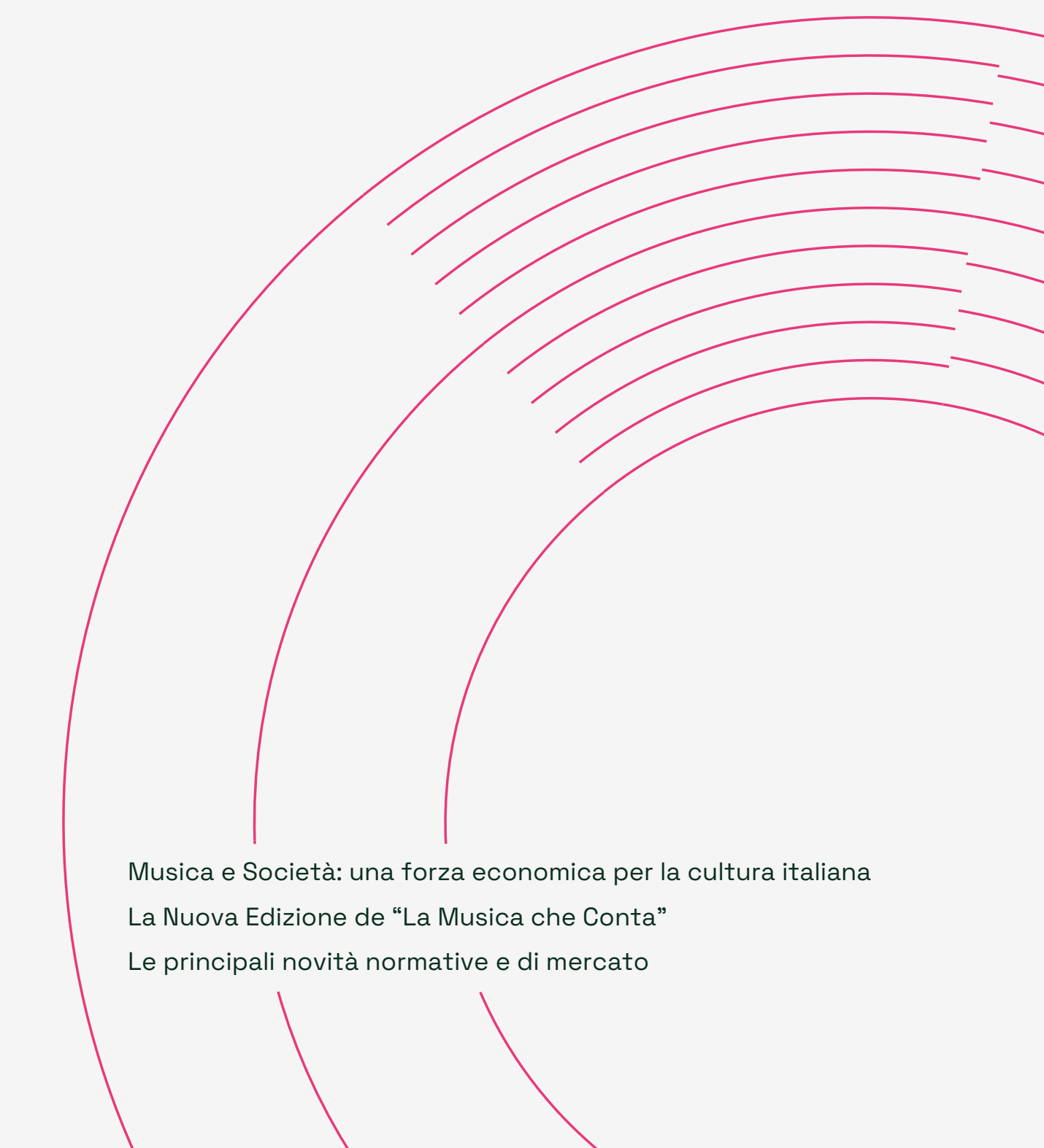
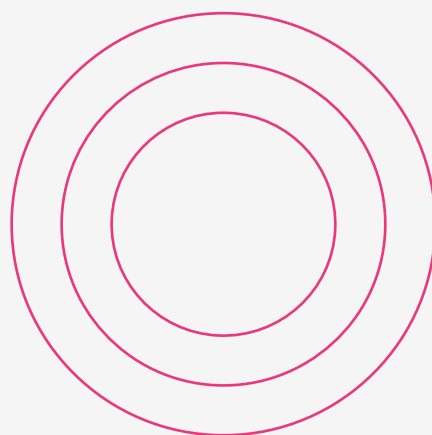
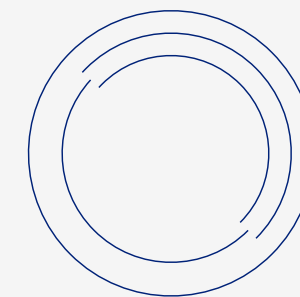
IL SETTORE DELLA PRODUZIONE MUSICALE INDIPENDENTE



IL SETTORE COMPLESSIVO DELLA PRODUZIONE MUSICALE



INTRODUZIONE



Musica e Società: una forza economica per la cultura italiana
La Nuova Edizione de “La Musica che Conta”
Le principali novità normative e di mercato

INTRODUZIONE

A cura di Sergio Cerruti, Past President e attuale Presidente della Commissione Affari Legali ed Istituzionali AFI

Negli ultimi anni, l'industria musicale ha dimostrato una notevole capacità di generare valore, tanto economico quanto culturale, diventando uno dei settori più dinamici e in crescita nel panorama globale.

Se un tempo il mercato basava le sue logiche seguendo il concetto di “pesce grande, mangia pesce piccolo”, dove a contare è l'economia di scala e la capacità di dominare la concorrenza, oggi ci avviciniamo sempre di più alla logica del “pesce veloce, mangia pesce lento”: l'economia di subito, dove la velocità di adattamento e la capacità di intercettare nuove tendenze sono diventate fondamentali. Un'evoluzione che si riflette nel settore musicale dove l'agilità nel cogliere nuove opportunità ha superato il concetto di dimensione aziendale e la logica di dominare i concorrenti. Lo testimoniano le recenti operazioni finanziarie di alcuni dei più noti fondi di investimento del mondo, che hanno compreso definitivamente come la musica rappresenti un asset che prescinde dai cicli economici.

Un settore, spesso considerato un semplice generatore di beni culturali accessibile a tutti, si è rivelato un vero e proprio tesoro nascosto, capace di attrarre investimenti e di rivelare un potenziale economico ancora inesplorato, compreso appieno solo da una ristretta cerchia di visionari.

Eppure, se il mercato musicale gode a livello globale di questo nuovo respiro, in Italia ci troviamo a scontrarci con un ritardo strutturale nel farci riconoscere (e forse riconoscerci) come una vera dorsale economica. Un ritardo che affonda le sue radici in una visione ancora legata a schemi tradizionali, che rischia di frenare lo sviluppo competitivo del Paese.

Per usare un parallelismo tra due cose che amo: la musica, come la guida motociclistica, deve essere reattiva e predittiva. Deve rispondere rapidamente ai cambiamenti, saper percepire le nuove tendenze e adattarsi alle esigenze di chi la ascolta. Eppure, si trova spesso a scricchiolare sotto il peso di un quadro normativo che la rallenta, e che spesso finisce a fare la stessa figura della Legge di Murphy. Tra le sfide più urgenti vi è la distanza sempre più marcata tra il quadro normativo e le dinamiche del mercato, un divario che appare come un abisso che separa ciò che la musica è diventata da ciò che il legislatore non è ancora riuscito a comprendere.

La normativa esistente, e in particolare la Legge sul Diritto d'Autore, è infatti stata pensata in un'epoca diversa, dove il panorama musicale era dominato dai supporti fisici, dalle radio tradizionali, e da un consumo di musica più lo-

**LA MUSICA ATTRA E INVESTIMENTI
E RIVELA UN POTENZIALE
ECONOMICO ANCORA INESPLORATO.**

calizzato. Oggi, questo impianto normativo si trova a fronteggiare un settore che si è radicalmente trasformato, un mercato musicale in fibrillante evoluzione, influenzato da una digitalizzazione pervasiva e da una globalizzazione che non conosce confini. Le piattaforme di streaming, la diffusione dei social media, la possibilità per un artista o un produttore indipendente di raggiungere un pubblico mondiale con pochi click: sono tutte realtà che hanno sconvolto le regole del gioco, rendendo obsoleti molti degli strumenti normativi tradizionali.

Come spesso accade, a fronte di uno scenario di rapido cambiamento, il legislatore ha mostrato difficoltà ad adattarsi con la stessa velocità. Le recenti modifiche e integrazioni normative sono state certamente un passo avanti, ma si tratta di innovazioni orientate più a rincorrere il mercato che ad anticiparlo. Il risultato è un sistema che finisce per creare interessi di parte e tutele discriminatorie nella loro incompletezza, incapaci di cogliere e valorizzare la reale portata dell'industria musicale.

Proprio per affrontare queste sfide e per contribuire a una nuova visione del settore, lo scorso anno abbiamo dato vita a una nuova ambizione: la realizzazione del primo studio di settore “La Musica che Conta” che continua con questa sua seconda edizione.

Un progetto che raccoglie la sfida di raccontare e far comprendere meglio le dinamiche del mercato musicale, ma anche di orientare il pensiero critico verso il potenziale inespresso dell'industria musicale italiana.

Uno strumento di analisi, certo, ma anche una chiamata all'azione per tutti gli attori coinvolti: dalle istituzioni ai professionisti, fino agli stessi artisti che, nelle innumerevoli forme che la musica offre, costituiscono l'anima pulsante del nostro lavoro.



MUSICA E SOCIETÀ: UNA FORZA ECONOMICA PER LA CULTURA ITALIANA

La musica è ovunque. Siamo costantemente avvolti da suoni che scandiscono i momenti più importanti della nostra vita, da un semplice jingle in uno spot televisivo al pezzo che ci fa ballare fino all'alba. Eppure, la sua presenza non è solo emotiva o estetica: la musica è anche un motore economico, un settore che si muove con la stessa potenza di un'industria manifatturiera, ma con un'anima decisamente più sottile e impalpabile. È la colonna sonora delle nostre esistenze, ma è anche una forza trainante dell'economia culturale mondiale.

Pensiamo per un attimo all'importanza della musica nella nostra quotidianità. Ognuno di noi ha un legame personale con una canzone, un artista o persino un suono. Ma non si tratta solo di gusti propri: la musica è uno strumento di connessione sociale. Dai templi antichi, le tribù si radunavano intorno al suono dei tamburi, e oggi i festival riuniscono migliaia di persone seguendo il ritmo di un'unica grande melodia. È un linguaggio universale, capace di abbattere confini culturali e linguistici. Ma è anche, e soprattutto, un mercato in continua espansione.

L'industria musicale, con le sue molteplici ramificazioni, rappresenta un pezzo importante del puzzle dell'economia globale. Sotto la superficie scintillante delle star e del palcoscenico si nasconde una filiera complessa e articolata, dove ogni anello contribuisce a generare valore economico. Dalle etichette discografiche agli organizzatori di eventi, dai produttori discografici ai tecnici del suono, tutti partecipano a una catena produttiva che, in un certo senso, ha come motore primo non un prodotto tangibile ma un suono.

IL VALORE SOCIALE DELL'OFFERTA

Dal lato dell'offerta, e quindi della produzione musicale e di chi compone la lunga filiera del settore, anche l'impatto sociale è profondamente cambiato, al di là dei semplici numeri legati alla vendita di dischi o ai biglietti dei concerti. Oggi la musica vive in uno spazio digitale, si muove nelle piattaforme di streaming e prende velocità dai nuovi social network, capaci di far rinascere un brano del passato o uno appena uscito rendendolo un successo mondiale. Ed insieme all'involucro è cambiato anche il suo contenuto.

Tuttavia, dietro questa apparente accessibilità, si nasconde una dura verità: gli artisti devono fare i conti con un sistema che premia i numeri enormi. Per guadagnare dalle piattaforme, è necessario raggiungere volumi di ascolti incredibili. La dimensione sociale della musica digitale, dunque, si sviluppa tra inclusività e difficoltà, tra la possibilità di raggiungere e connettersi con milioni di persone e la sfida di trovare un proprio spazio in un ecosistema culturale sempre più affollato.

Per continuare a leggere scarica
il report a questo link

ampliato il pubblico, permettendo a produttori, etichette, finanche ad artisti indipendenti di raggiungere milioni di ascoltatori talune volte anche senza passare attraverso le vecchie strutture dell'industria discografica.

LA MUSICA È OVUNQUE,
È STRUMENTO DI CONNESSIONE
SOCIALE E FORZA TRAINANTE
DELL'ECONOMIA CULTURALE
MONDIALE.

L'EVOLUZIONE TECNOLOGICA
HA CAMBIATO LE DINAMICHE
DI CONDIVISIONE E DI ASCOLTO
DELLA MUSICA.