



ENGAGING WITH MUSIC 2023

ESTRATTO ITALIANO

IL CONSUMO DI MUSICA

20.9 (+0.4 vs 2022)

Ore spese per
l'ascolto di musica
a settimana



7

Media di brani
ascoltati in più
ogni settimana
rispetto al 2022



7.1

I modi differenti in
cui si fruisce la
musica in Italia



7.7

Generi musicali
ascoltati in media
in Italia



LE MODALITÀ DI FRUIZIONE



Live music

4% Concerti, livestreaming incluso



Altro

6% Tv, servizi di video streaming on-demand in abbonamento (es. Netflix)



Musica acquistata

10% CD, vinili, DVD, download



Audio streaming

30% Servizi di streaming free e in abbonamento (es. Spotify, Apple Music)



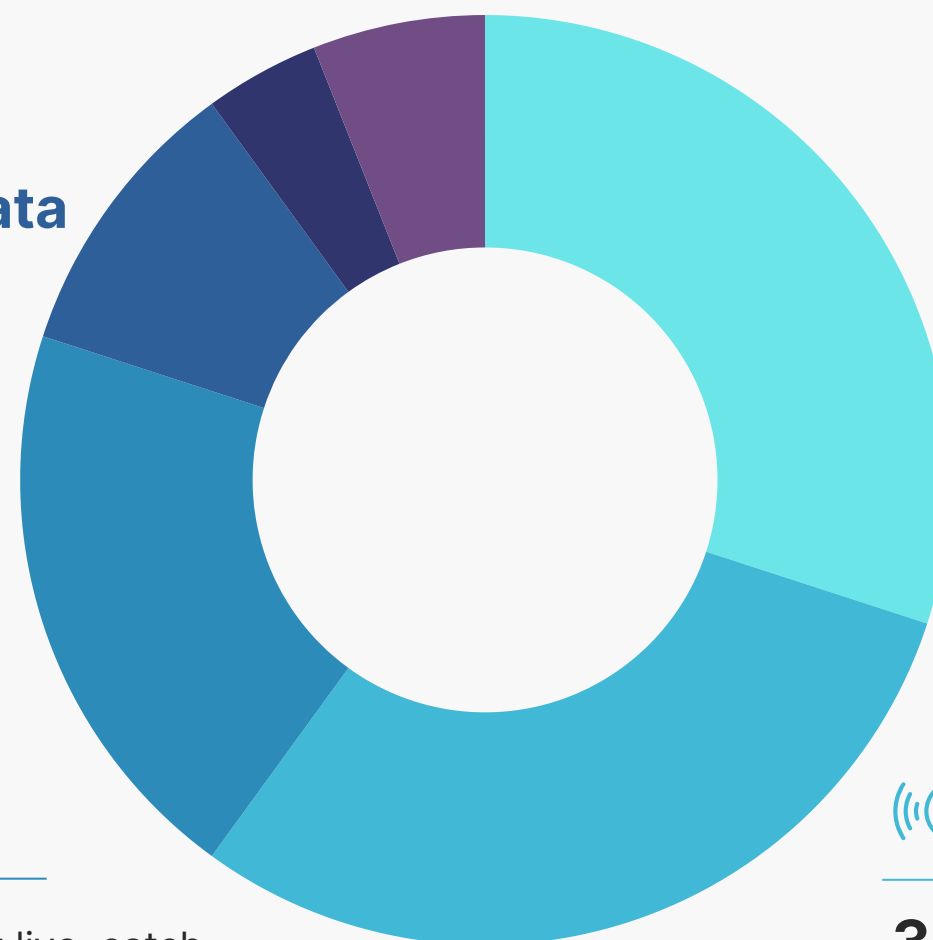
Radio

20% Broadcast live, catch up radio, servizi radio via internet



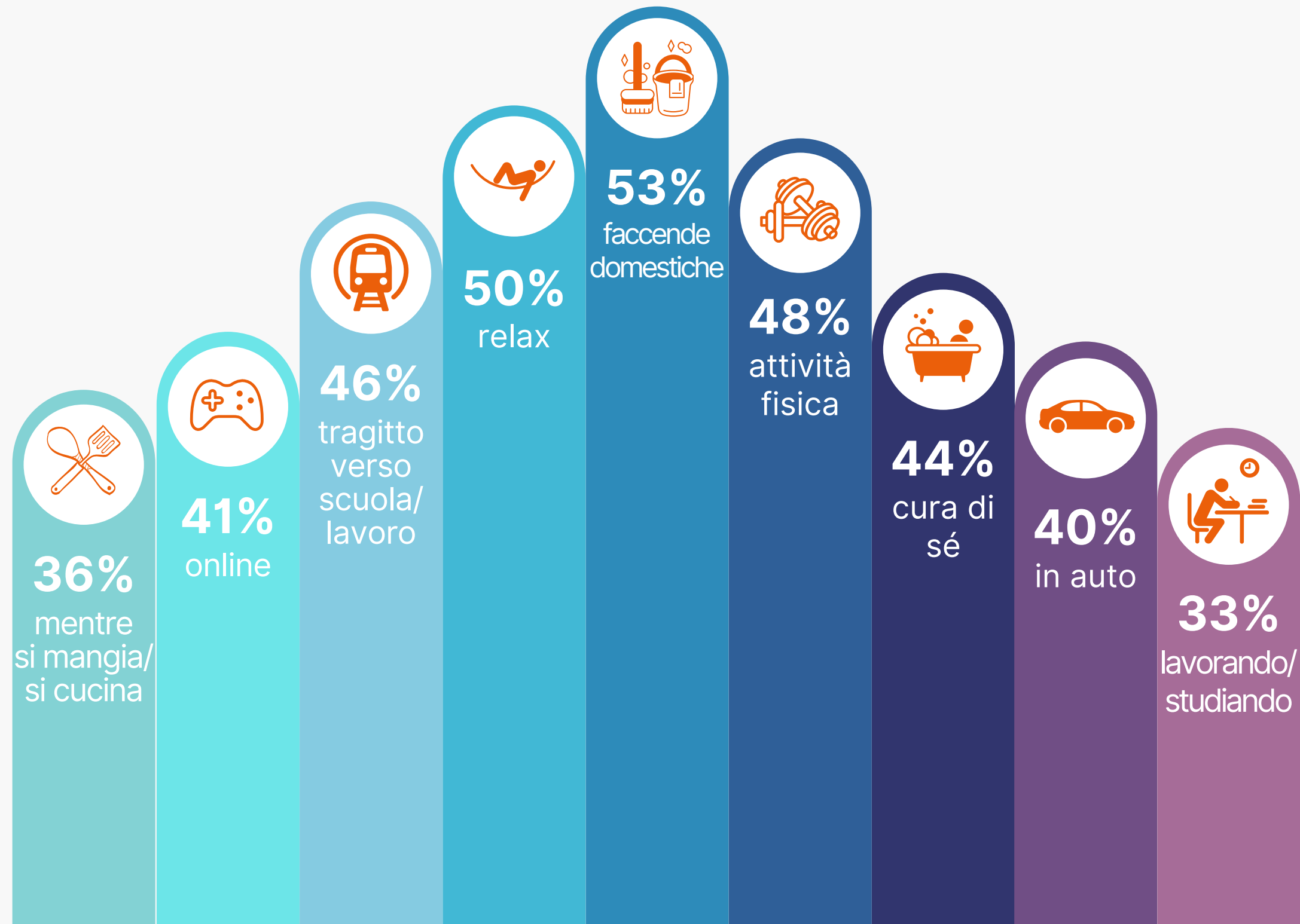
Video streaming

30% Piattaforme di long-form e short-form video (es. YouTube, TikTok)

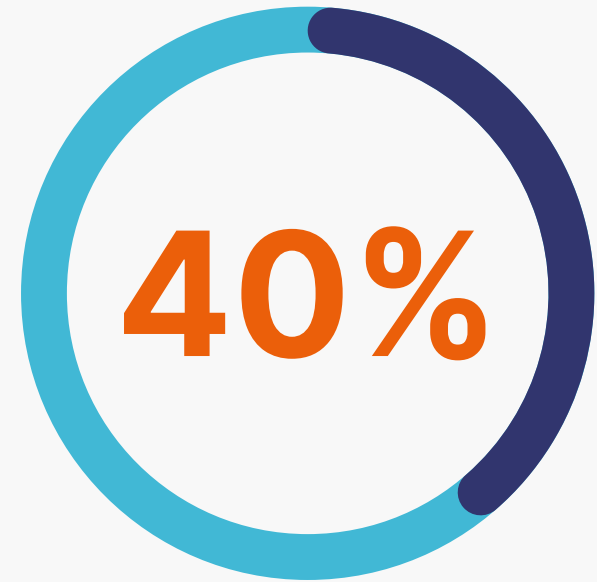


IL CONSUMO DI MUSICA

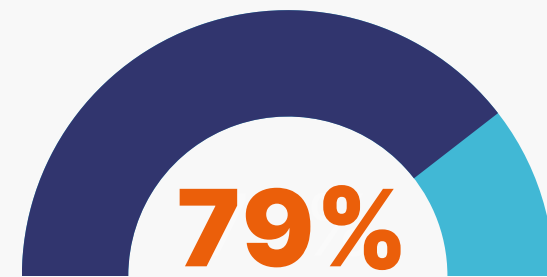
Le principali attività coinvolte nel consumo di musica



IL CONSUMO DI MUSICA

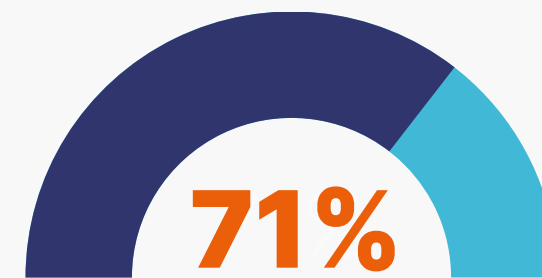


**ASCOLTA MUSICA
TRAMITE AUDIO
STREAMING IN
ABBONAMENTO**



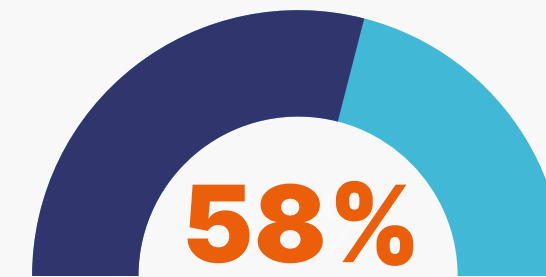
**INTELLIGENZA
ARTIFICIALE**

Concorda sul fatto che l'AI non dovrebbe essere utilizzata per clonare o impersonare artisti senza autorizzazione



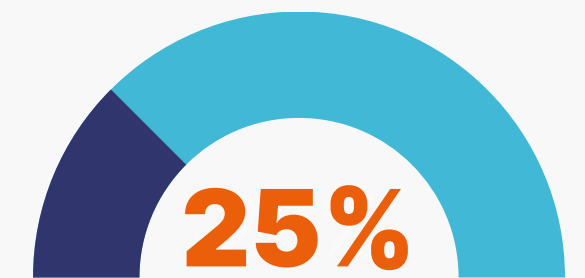
SALUTE MENTALE

Afferma che la musica è importante per il benessere psicologico



**L'ACCESSO
ALLA MUSICA**

Dichiara che è importante poter accedere in qualsiasi momento alla musica che proviene da ogni parte del mondo

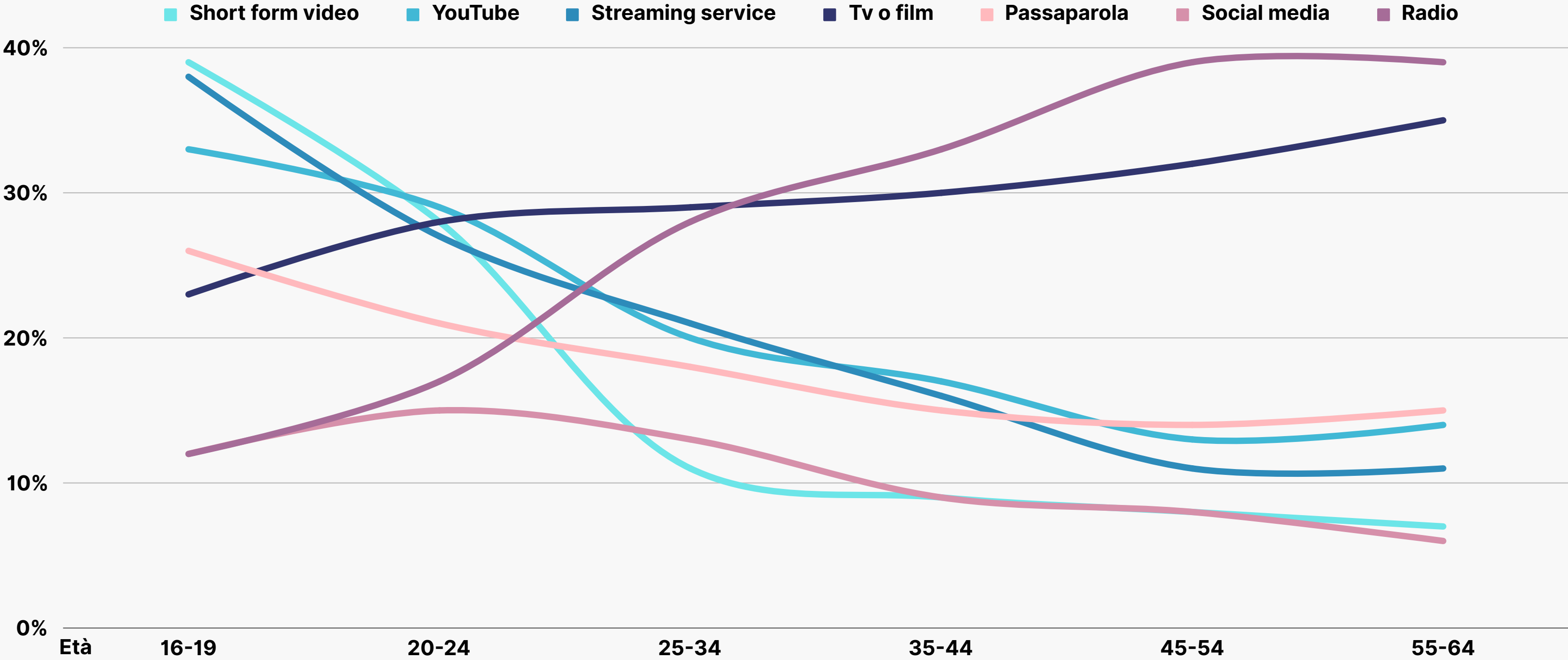


PIRATERIA

Utilizza metodi illegali o senza licenza per ascoltare o scaricare musica

LA SCOPERTA DI MUSICA

Modalità attraverso cui si scoprono nuovi brani e nuovi artisti



NOTA METODOLOGICA

Lo studio è stato condotto tra Agosto e Ottobre 2023 su un campione demograficamente rappresentativo della popolazione compresa tra i **16 e i 64 anni** in: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Corea del Sud, Francia, Germania, Giappone, Italia, Messico, Nuova Zelanda, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Sud Africa, Spagna, Svezia, USA. Lo studio è stato condotto anche su un campione rappresentativo tra i **16 e 44 anni** in: Arabia Saudita, Cina, Emirati Arabi Uniti, Filippine, India, Indonesia, Nigeria e Vietnam.

Questi 26 Paesi rappresentano il **91.2%** dei ricavi del mercato della musica registrata nel 2022.

In totale sono stati intervistati oltre **43.000 utenti**: campioni di quote rappresentative a livello nazionale tra 1.100 e 4.000 intervistati sono stati stabiliti in base alla dimensione della popolazione online e alla struttura demografica.

Ciò ha assicurato un errore standard tra **+/-1.55%** e **+/-1.95%**, con un livello di affidabilità del **95%**.

La progettazione, la costruzione e l'analisi dei dati sono state condotte da **IFPI**,
coauditata da **AudienceNet**.



FIMI