



# ENGAGING WITH MUSIC 2022

**ESTRATTO ITALIANO**

# ➤ **INDICE**

## **INTRODUZIONE**

Il report Engaging with Music 2022 di IFPI esplora i modi in cui le persone ascoltano, interagiscono e scoprono la musica in tutto il mondo.

Si tratta del più grande studio a livello mondiale incentrato sul consumo di musica.

**03** IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA

---

**04** L'INTERAZIONE CON LA MUSICA

---

**05** AUDIO STREAMING

---

**06** L'ACQUISTO DI MUSICA

---

**07** L'ACQUISTO DI MUSICA.  
FOCUS ON: VINILI

---

**08** SHORT FORM VIDEO

---

**09** LIVE STREAMING & GAMING

---

**10** GENERI PIÙ ASCOLTATI

---

**11** NOTA METODOLOGICA

# ➤ IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



➤ **20.5** (+1.4 vs 2021)

Ore spese per l'ascolto di musica a settimana



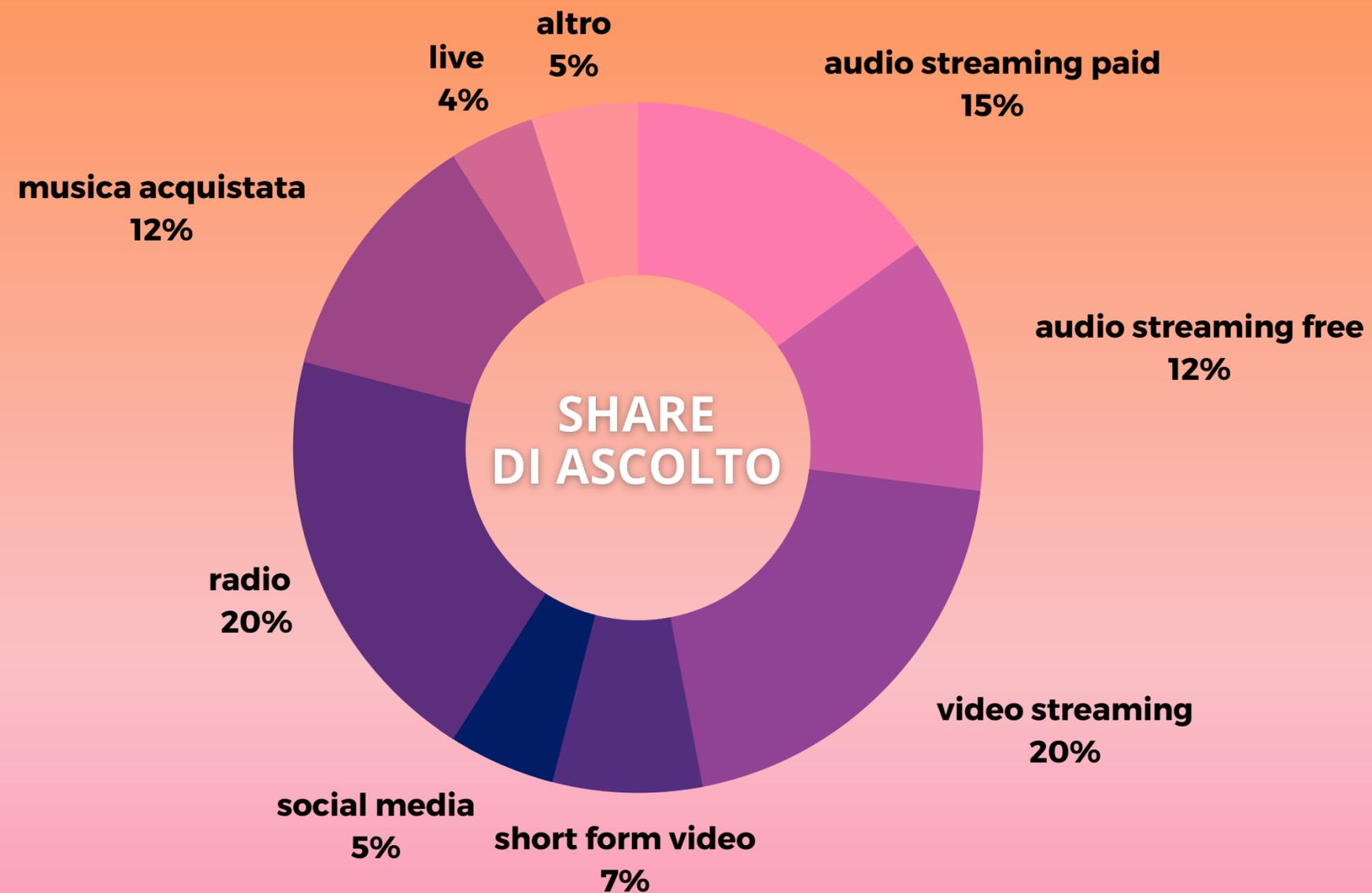
➤ **28**

Media di brani ascoltati ogni settimana



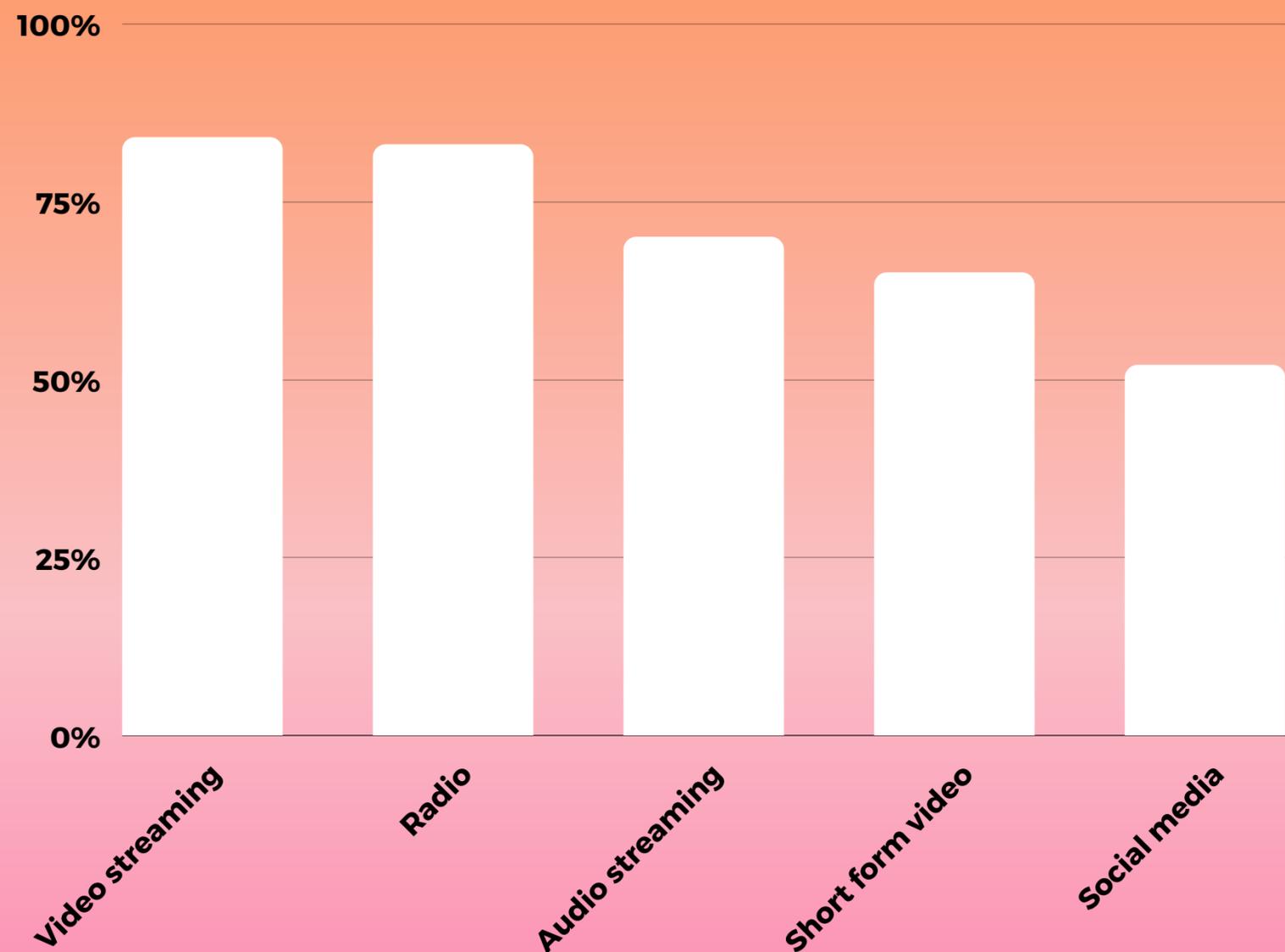
➤ **61%**

Afferma che la musica è fondamentale per la salute mentale



# ➤ L'INTERAZIONE CON LA MUSICA

## FORMATI PREFERITI PER INTERAGIRE CON LA MUSICA IN ITALIA



➤ **72%**

Afferma che mai come oggi esistono diversi modi per fruire la musica



➤ **7**

I modi differenti in cui si fruisce musica in Italia

# ➤ AUDIO STREAMING



➤ **70%**

Ascolta musica via servizi di audio streaming (free e paid)



➤ **39%**

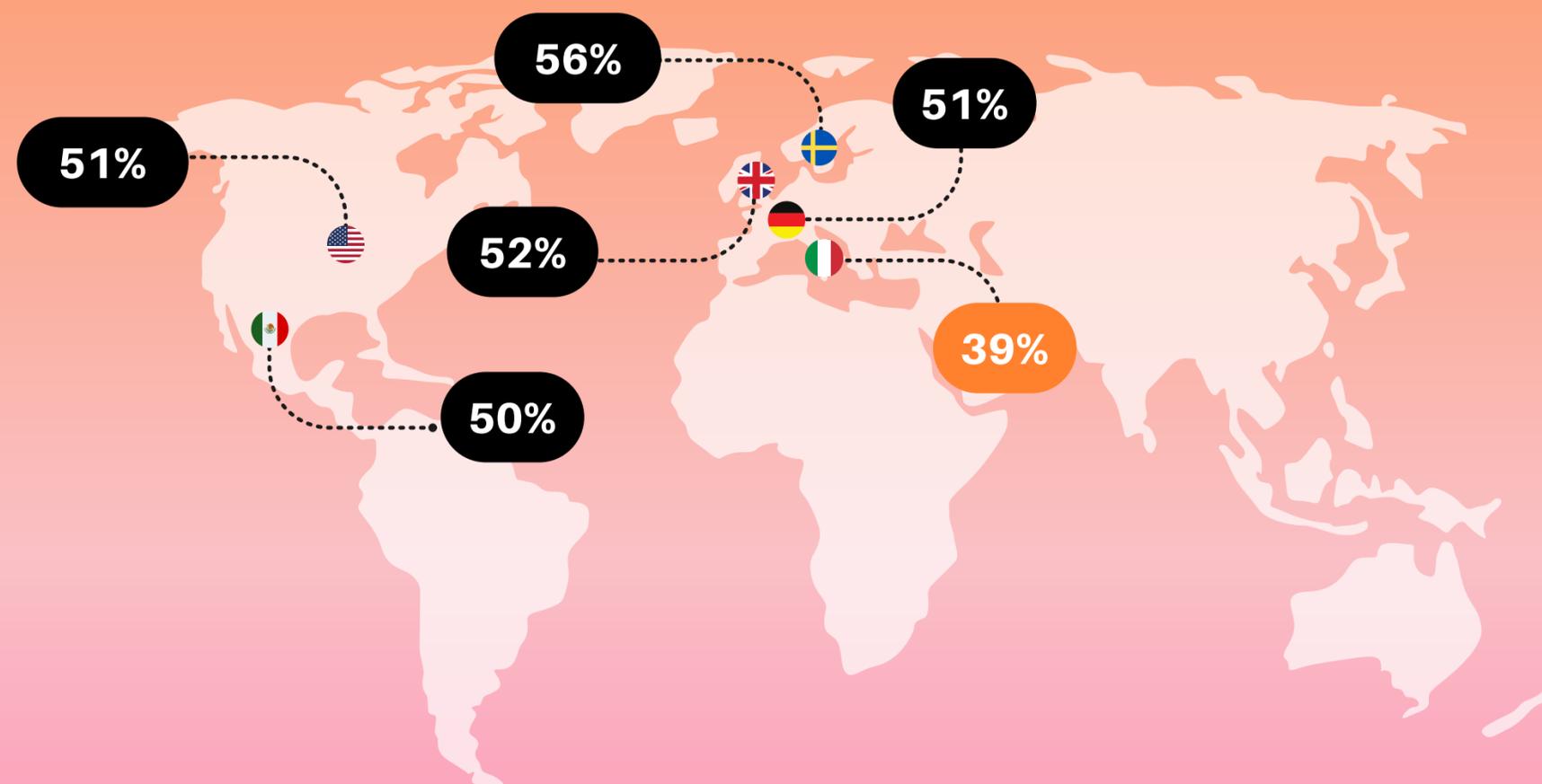
Ascolta musica via servizi di audio streaming a pagamento



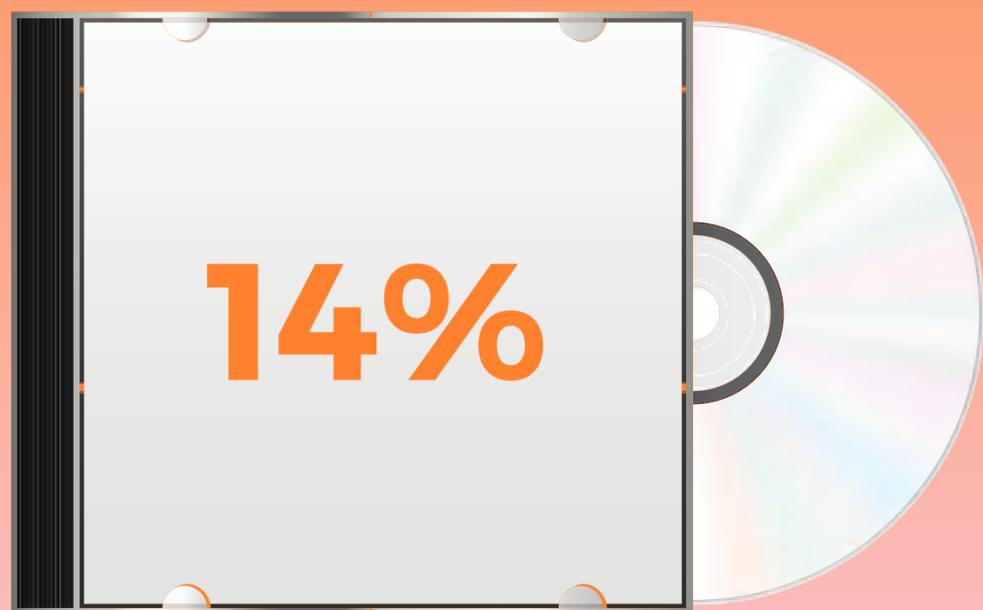
➤ **52%**

Persone della fascia 16-24 anni che usano servizi di audio streaming paid

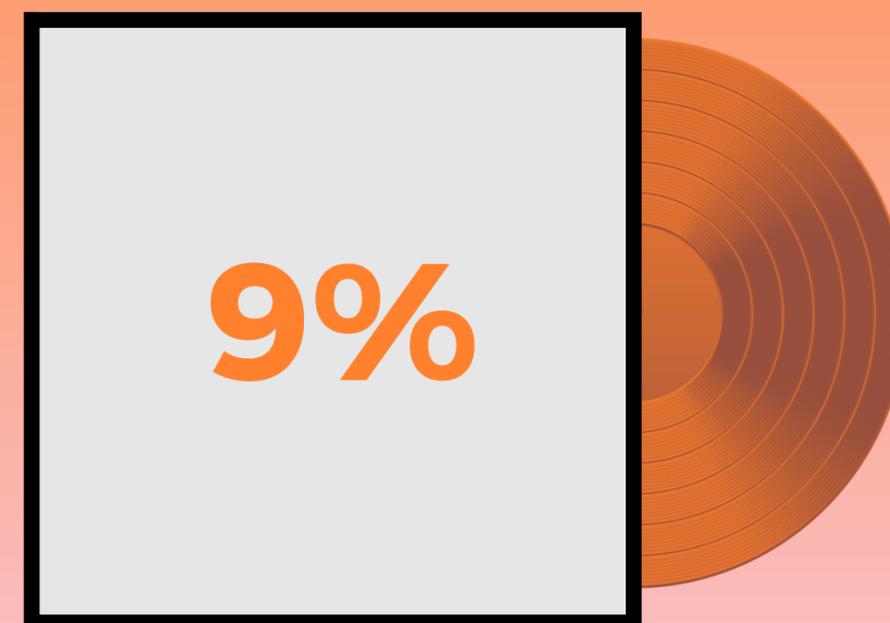
## ASCOLTO VIA AUDIO STREAMING A PAGAMENTO: TOP 5 PAESI



## ➤ L'ACQUISTO DI MUSICA



➤ ha acquistato **CD**  
nell'ultimo mese



➤ ha acquistato **VINILI**  
nell'ultimo mese

# ➤ L'ACQUISTO DI MUSICA. FOCUS ON: VINILI

## MOTIVI PER CUI SI ACQUISTANO VINILI

41%

Mi piace guardare il prodotto fisico

40%

Mi piace riprodurli sul giradischi

36%

Mi piace possedere la musica

## GENERI MUSICALI PIÙ ACQUISTATI

1° POP

POP ITALIANO 2°

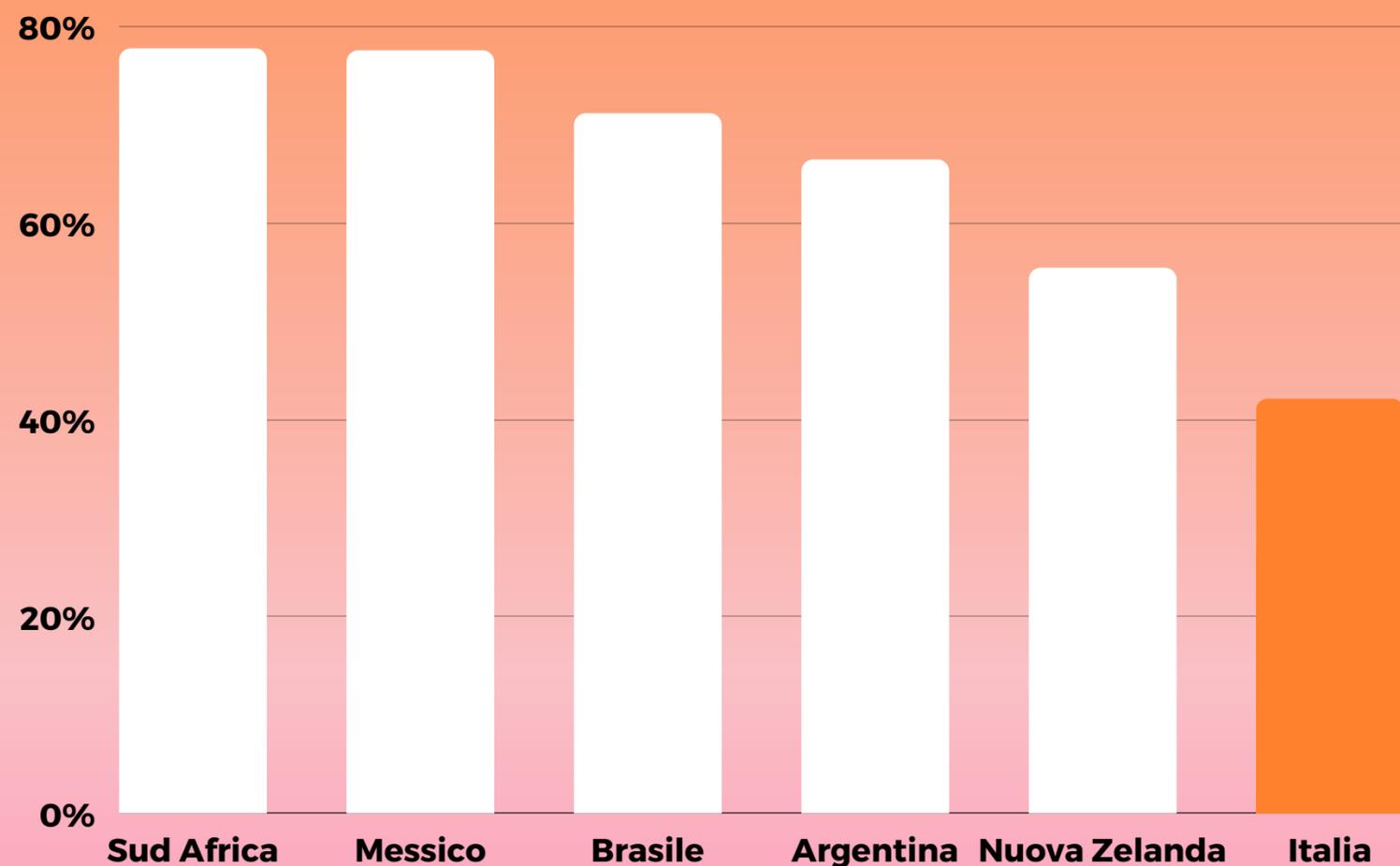
3° ROCK

RAP ITALIANO 4°

5° HIP-HOP/RAP

# ➤ SHORT FORM VIDEO

## UTENTI CHE UTILIZZANO APP DI SHORT FORM VIDEO : TOP 5 PAESI



➤ **42%**

Utilizza app di short form video

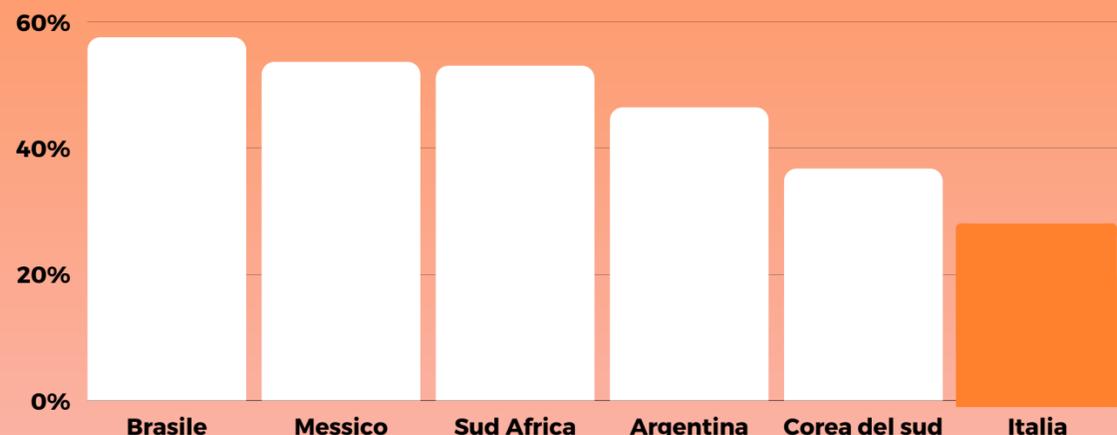


➤ **58%**

Afferma che la musica è centrale nel tempo speso sulle app di short form video

# ➤ LIVE STREAMING & GAMING

## UTENTI CHE GUARDANO MUSICA VIA LIVE STREAMING: TOP 5 PAESI



➤ **28%**

Ha guardato musica in live streaming nell'ultimo mese



➤ **44%**

Gamers che hanno visto un concerto virtuale negli ultimi tre mesi



➤ **18%**

Persone della fascia 16-24 anni che hanno visto un concerto virtuale su app di gaming

# ➤ GENERI PIÙ ASCOLTATI

	MONDO	ITALIA	16-24 ANNI	25-34 ANNI	35-44 ANNI	45-54 ANNI	55-64 ANNI
ITALIAN POP	3%	50%	45%	52%	52%	47%	53%
POP	43%	48%	54%	55%	48%	44%	44%
ROCK	39%	45%	39%	45%	45%	51%	43%
CANTAUTORATO	11%	33%	23%	29%	32%	33%	44%
DANCE	24%	25%	27%	34%	27%	21%	20%
RAP ITALIANO	1%	24%	43%	33%	25%	17%	12%

## ➤ **NOTA METODOLOGICA**

Lo studio è stato condotto tra Giugno e Settembre 2022 su un campione demograficamente rappresentativo della popolazione compresa tra i **16 e i 64 anni** in: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Cina, Corea del Sud, Francia, Germania, Giappone, India, Indonesia, Italia, Messico, Nigeria, Nuova Zelanda, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Spagna, Stati Uniti, Sud Africa e Svezia.

Questi 22 Paesi rappresentano l'**89%** dei ricavi del mercato della musica registrata nel 2021.

In totale sono stati intervistati oltre **44.000 utenti**: campioni di quote rappresentative a livello nazionale tra 1.000, 2.000 o 4.000 intervistati sono stati stabiliti in base alla dimensione della popolazione online e alla struttura demografica.

Ciò ha assicurato un errore standard di +/- 3%, 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