



---

# MUSIC LISTENING 2019

---

Estratto italiano

# INDICE

---

IL CONSUMO DI  
MUSICA IN ITALIA

MUSICA & DEVICE

IL CONSUMO  
VIA RADIO

FRANCES MOORE

CHI È IL  
MUSIC LOVER?

I GENERI PIÙ  
ASCOLTATI

IL CONSUMO IN  
STREAMING

ABITUDINI  
D'ACQUISTO

NOTA  
METODOLOGICA

# CHI È IL MUSIC LOVER?



## TOP 3 MUSIC FANATIC



## AMA LA MUSICA



54% GLOBALMENTE



63% 16/24 ANNI

# IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



**16,3 ORE**

TEMPO SPESO OGNI SETTIMANA  
NELL'ASCOLTO DI MUSICA

**PIÙ DI 2,3 ORE AL GIORNO**

EQUIVALENTI A

**46**

CANZONI DA  
3 MINUTI



**57%**

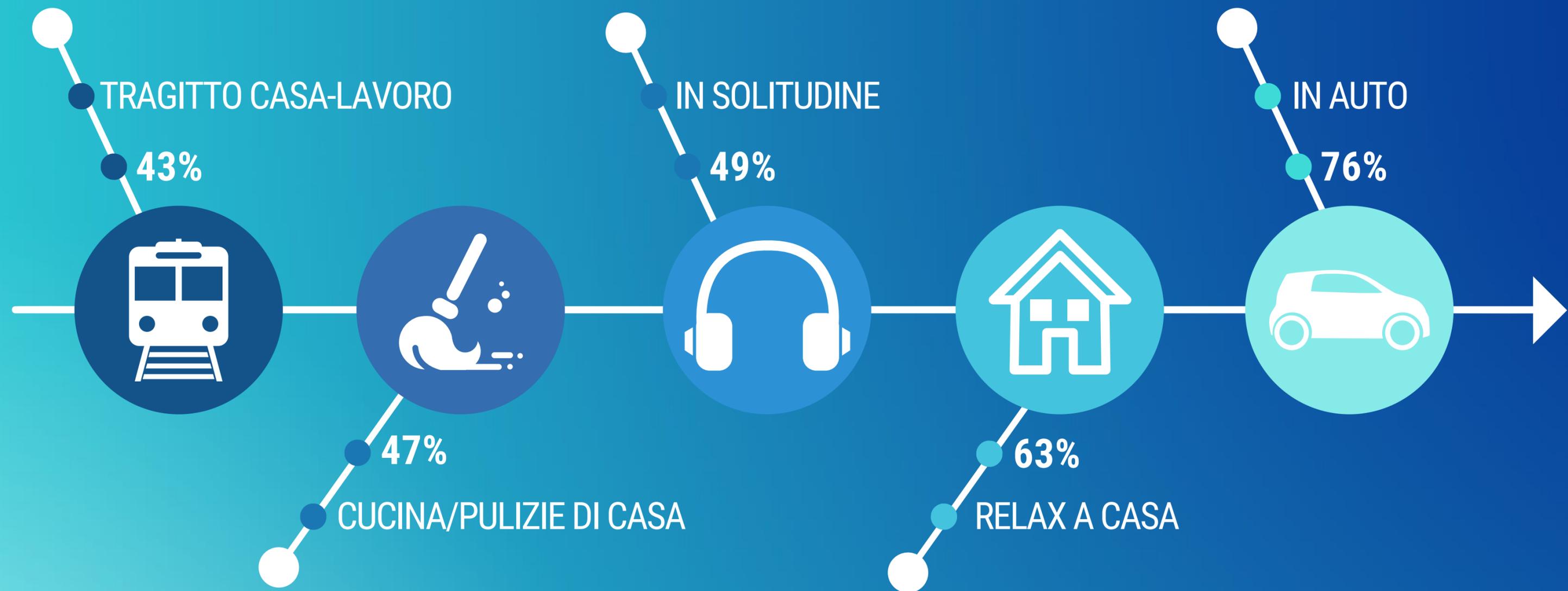
HA USATO UN SERVIZIO  
DI AUDIO STREAMING  
NELL'ULTIMO MESE

**59%**

SI DICHIARA AMANTE  
O FANATICO DELLA  
MUSICA



# IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



# I GENERI PIÙ ASCOLTATI



16/24

25/34

35/44

POP

60%

63%

68%

68%

64%

ITALIAN POP

2%

61%

51%

56%

66%

ROCK

52%

54%

45%

57%

58%

CANTAUTORATO

22%

49%

29%

39%

47%

DANCE / HOUSE

27%

28%

35%

38%

25%

HIP-HOP / TRAP

26%

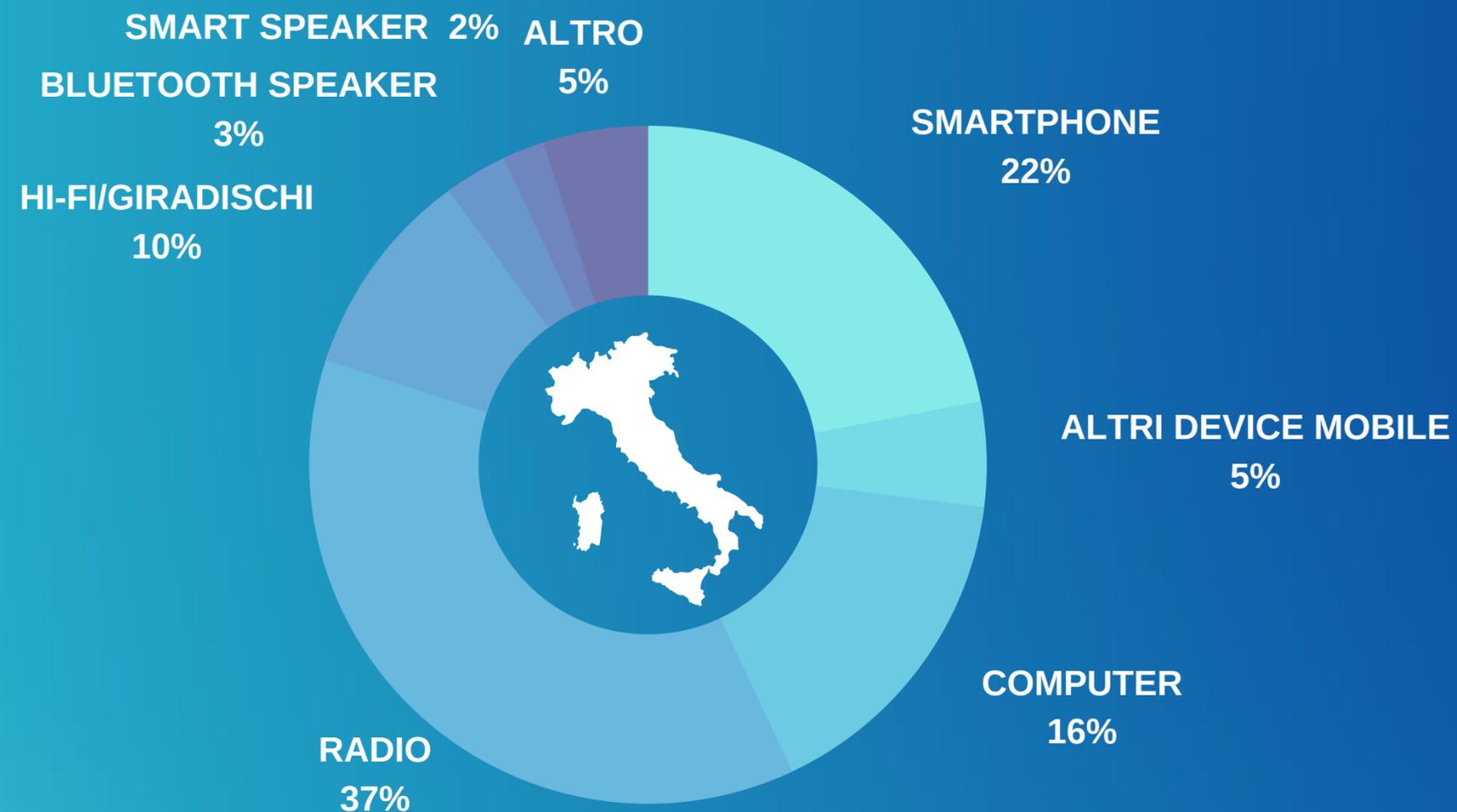
25%

53%

27%

26%

# MUSICA & DEVICE



## USO DI SMART SPEAKER



STATI UNITI	34%	Globale	20%
REGNO UNITO	30%	Italia	16%
GERMANIA	22%		

## SMARTPHONE & GIOVANI

44%	74%
ASCOLTA MUSICA SOLO SU SMARTPHONE	SCEGLIE LO SMARTPHONE SE POTESSE AVERE UN SOLO DEVICE

# IL CONSUMO IN STREAMING



**90%**

ASCOLTA MUSICA  
ON-DEMAND



**2**

ORE DI  
AUDIO STREAMING



**57%**

CONSUMA MUSICA  
IN STREAMING



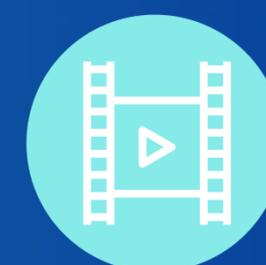
**41%**

DEI 16-24 ANNI USA  
STREAMING PREMIUM



**71%**

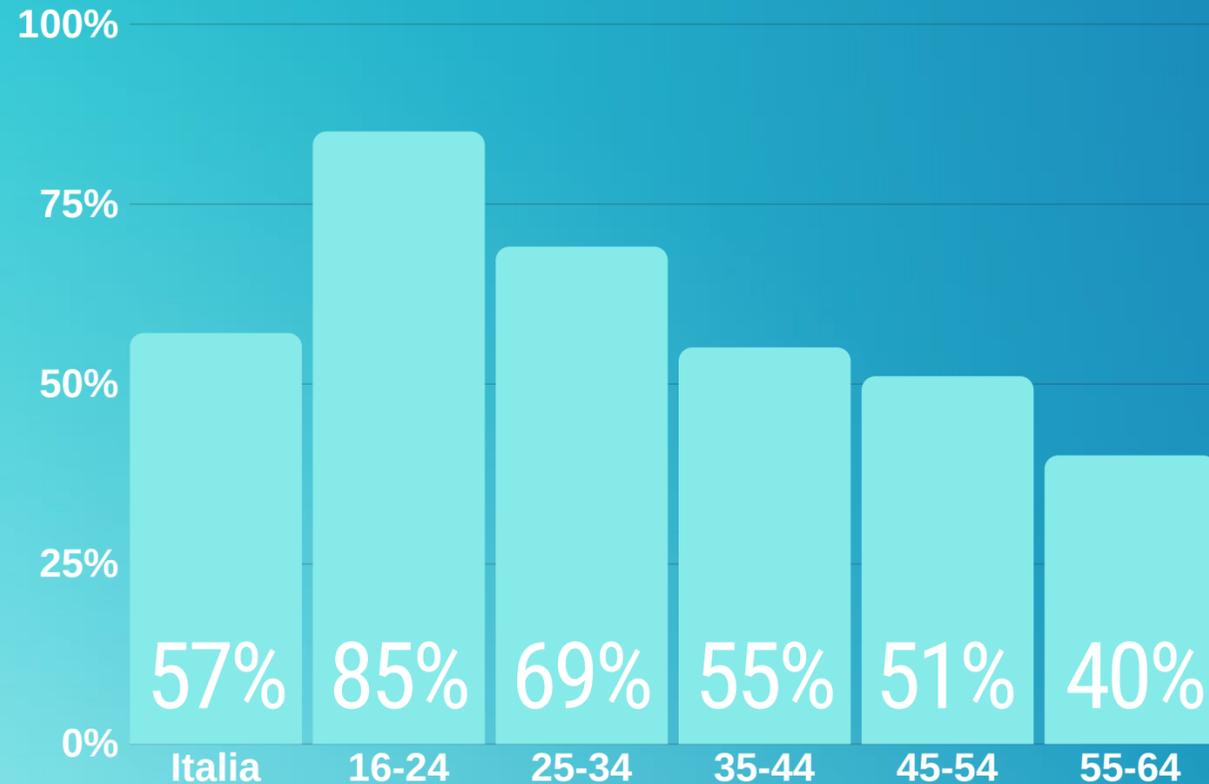
DEI 16-24 ANNI ASCOLTA  
MUSICA IN STREAMING



**3,7**

ORE DI  
VIDEO STREAMING

## AUDIO STREAMING ENGAGEMENT



## VIDEO STREAMING ON-DEMAND

VIDEO  
STREAMING **61%**

**23%** PAID   **16%** FREE

**81%** USA YOUTUBE  
PER LA MUSICA



# IL CONSUMO VIA RADIO



29%

ASCOLTA PIÙ MUSICA IN RADIO  
RISPETTO ALL'ANNO SCORSO



## DEVICE PIÙ UTILIZZATI



SMARTPHONE  
46%



RADIO  
53%

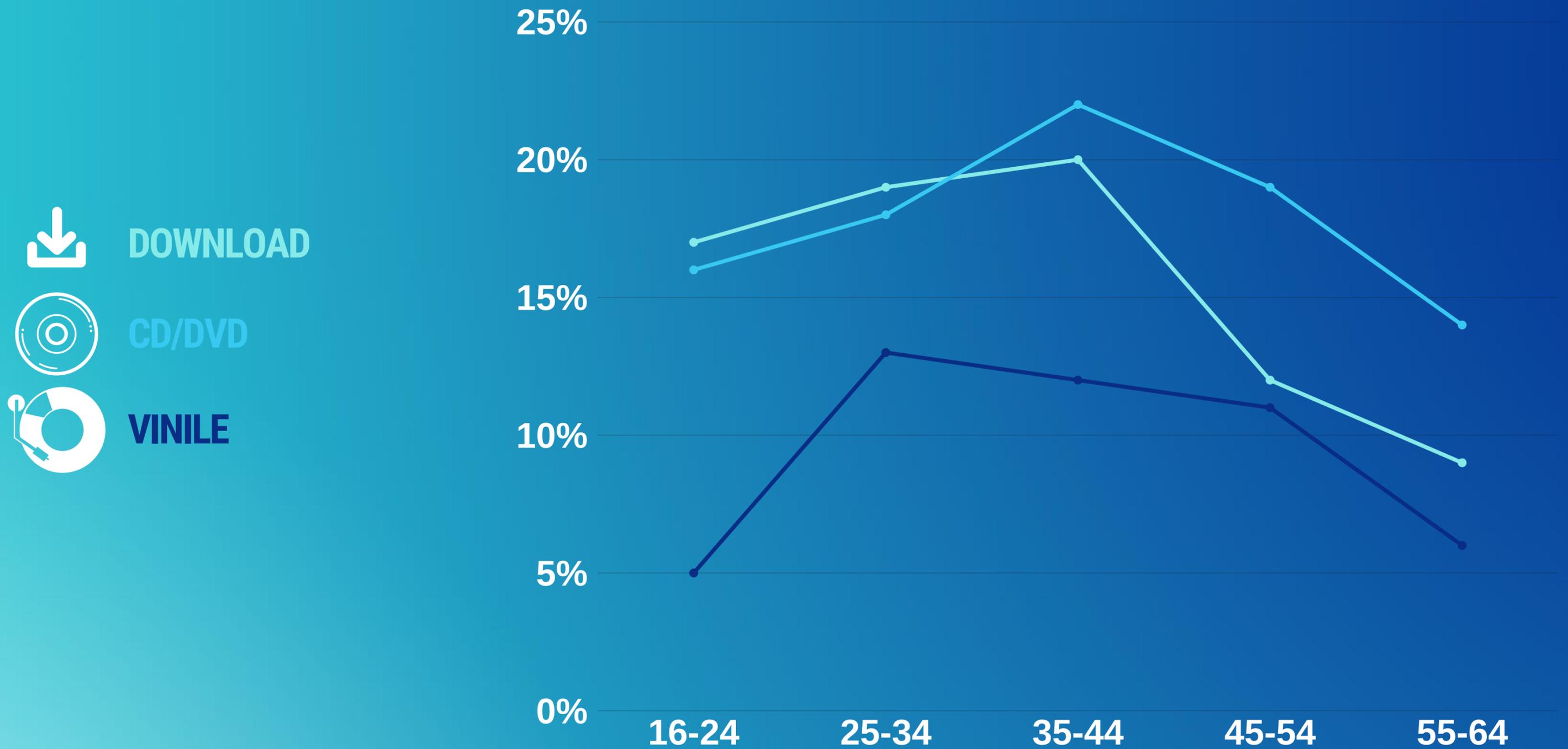


SMART SPEAKER  
7%

## POPOLARITÀ DELLA RADIO

POLONIA	95%
ITALIA	94%
STATI UNITI	93%
OLANDA	92%
GERMANIA	91%

# ABITUDINI D'ACQUISTO



“

**FRANCES MOORE**

CEO IFPI

---

**Il Music Listening 2019** racconta l'entusiasmante storia del coinvolgimento sempre maggiore degli amanti di musica: in un'epoca in cui diversi tipi di media cercano di attirare l'attenzione, i fan non solo scelgono di trascorrere più tempo ad ascoltare musica, ma lo fanno in modi sempre più diversificati.

---

”

# NOTA METODOLOGICA

IFPI ha condotto una ricerca su scala globale tra **Aprile e Maggio 2019**, attraverso un campione demograficamente rappresentativo della popolazione d'età compresa tra 16 e 64 anni nei seguenti mercati: Argentina, Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Nuova Zelanda, Polonia, Russia, Sudafrica, Sud Corea, Spagna, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti. Queste nazioni rappresentano il **92,6%** dei ricavi del mercato musicale globale nel 2018.

In totale sono stati intervistati **34.000 utenti**: campioni di quote rappresentative a livello nazionale tra 1.000 e 3.000 intervistati sono stati stabiliti in base alla dimensione della popolazione 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 con attività sul campo organizzate da **AudienceNet**.

