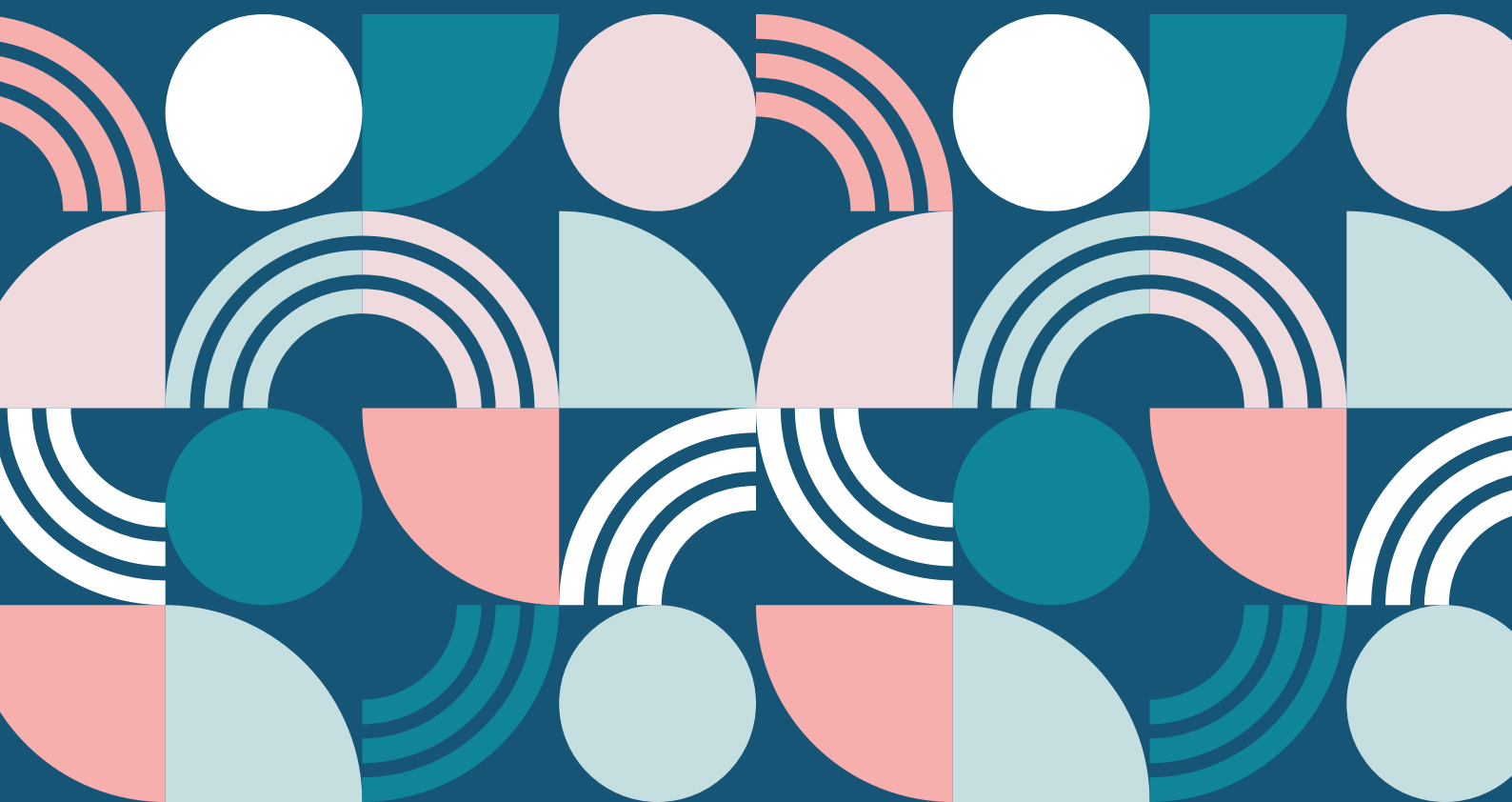


L'impatto del **FESTIVAL DI SANREMO** sul mercato discografico italiano



INDICE DEI CONTENUTI

IL RUOLO DELLE CASE DISCOGRAFICHE	03
L'IMPATTO DI SANREMO SUL MERCATO DELLO STREAMING	05
SANREMO & FIMI AWARDS	07
SANREMO & TOP OF THE MUSIC	10
L'IMPATTO DI SANREMO SUL MERCATO DEI DIRITTI CONNESSI	13
LO SCENARIO MUSICALE ITALIANO	14
IL PUBBLICO: FESTIVAL, TELEVISIVO E SOCIAL	15

IL RUOLO DELLE CASE DISCOGRAFICHE

In un mercato musicale sempre più competitivo, il ruolo dell'**etichetta discografica** come **principale investitore nella musica** e come **partner degli artisti** non è mai stato così importante.

Le label **scoprono** e **coltivano nuovi talenti**, supportando gli artisti nel realizzare il loro potenziale creativo e nel connettersi con il pubblico, emergendo tra l'enorme quantità di musica, film, videogiochi e altri contenuti che vengono pubblicati ogni giorno.

7.5

miliardi di euro investiti ogni anno a livello globale dalle case discografiche in attività di A&R e marketing

Fonte: IFPI



IL RUOLO DELLE CASE DISCOGRAFICHE

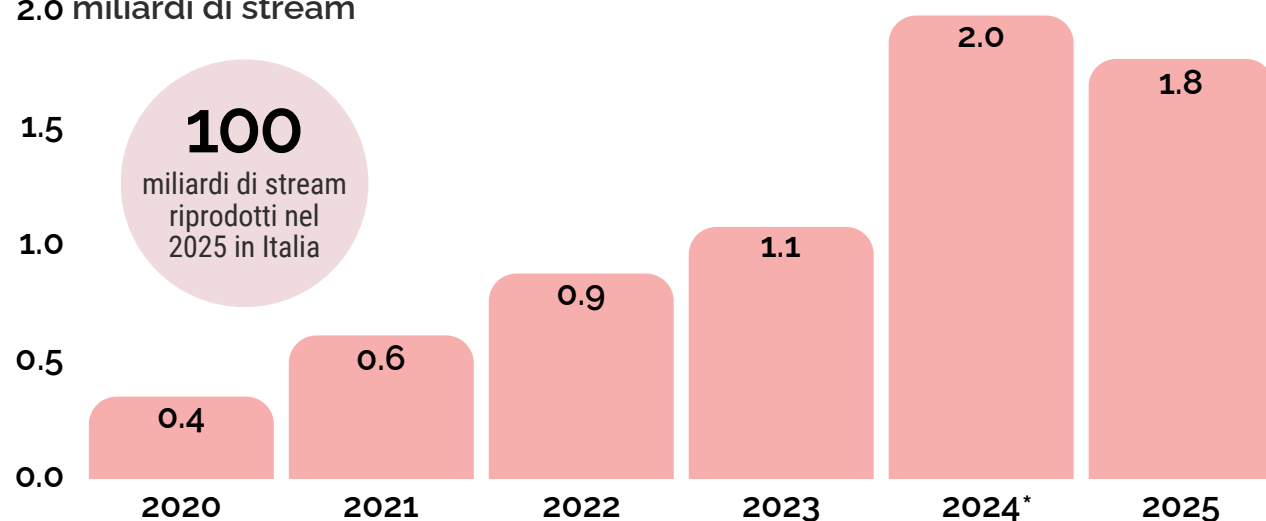
In particolare, gli **investimenti delle case discografiche** sui brani e sugli artisti in gara al Festival di Sanremo **generano un indotto in favore di moltissimi segmenti economici**, dalla televisione all'hospitality, passando per la musica live, il mondo editoriale e autoriale, oltre che l'ecosistema dei media.



L'IMPATTO DI SANREMO SUL MERCATO DELLO STREAMING

I brani in gara a Sanremo 2025 hanno totalizzato nel corso dell'anno **1.8 miliardi di stream**: si tratta della **seconda edizione più ascoltata di sempre** sulle piattaforme di streaming.

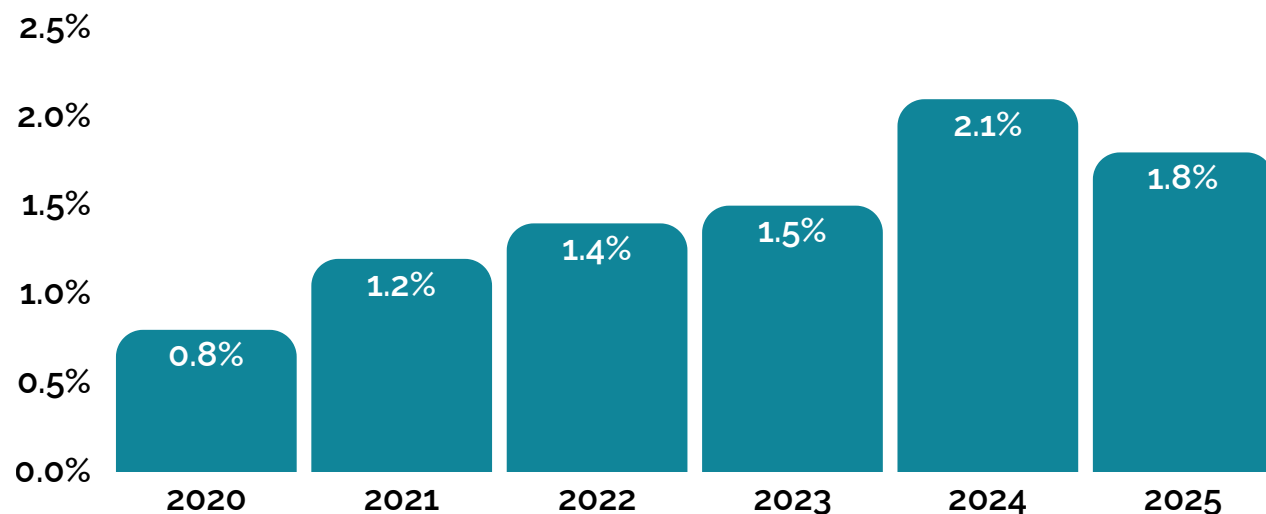
Ascolti in streaming dei brani in gara nell'anno di partecipazione al Festival
2.0 miliardi di stream



*integrazione monitoraggio video streaming

In uno scenario di mercato in cui gli ascolti in streaming hanno sfiorato i **100 miliardi**, il peso dei brani in gara a Sanremo 2025 sul volume totale è dell'**1.8%**.

Peso degli stream dei brani in gara al Festival sul totale

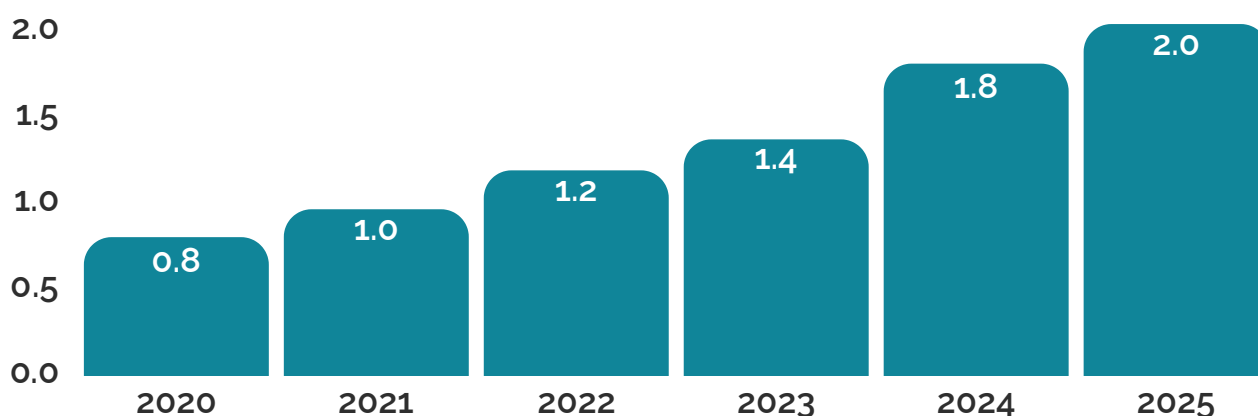


Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

L'IMPATTO DI SANREMO SUL MERCATO DELLO STREAMING

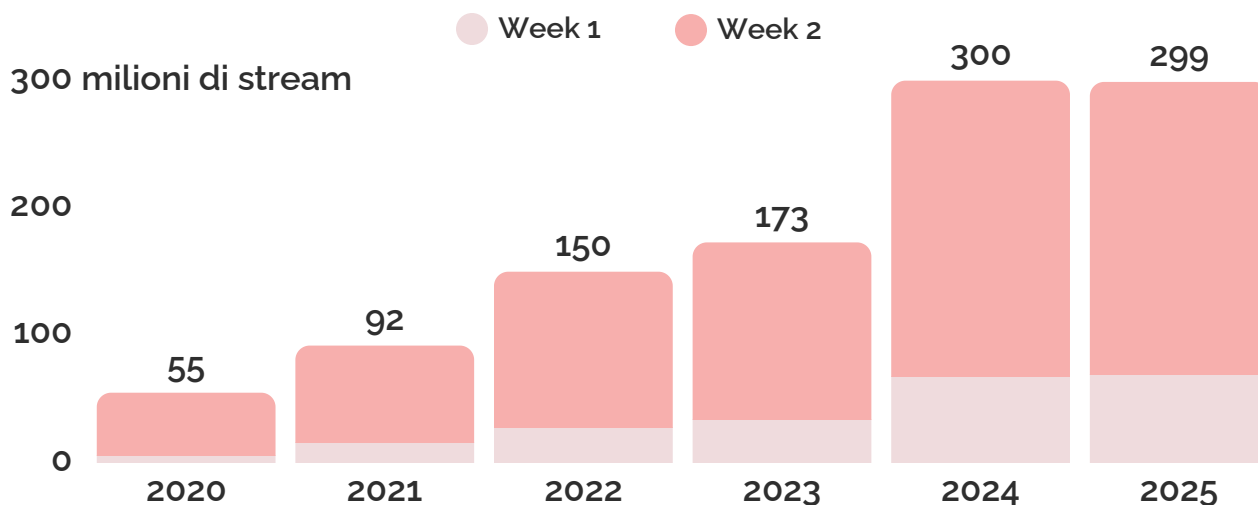
La settimana successiva al Festival (week 08/2025) in Italia si è registrato il **picco di consumo di musica in streaming del 2025**, insieme all'ultima settimana dell'anno (week 52/2025). Nel 2025 l'**ascolto complessivo** sulle piattaforme streaming nella settimana post-festival è **cresciuto del 154%** rispetto al 2020.

Totale degli ascolti in streaming nella settimana successiva al Festival
2.5 miliardi di stream



Nelle prime due settimane **gli ascolti delle canzoni in gara a Sanremo 2025 hanno totalizzato quasi lo stesso numero di stream dell'edizione 2024**, a fronte di un numero di brani leggermente inferiore (29 vs 30 singoli).

Ascolti in streaming dei brani in gara al Festival nelle prime due settimane



Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

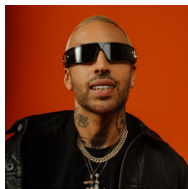
SANREMO & FIMI AWARDS: IL CAST DELL'EDIZIONE 2026



FEDEZ
98 platini



J-AX
71 platini



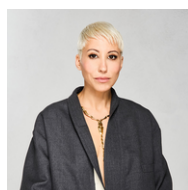
LUCHÈ
37 platini



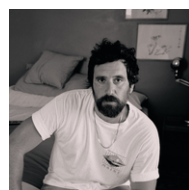
MARA SATTEI
18 platini



ELETTRA LAMBORGHINI
15 platini



MALIKA AYANE
13 platini



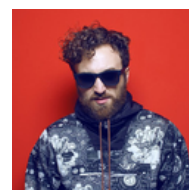
TOMMASO PARADISO
12 platini



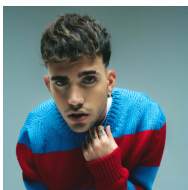
ARISA
11 platini



FRANCESCO RENGA
9 platini



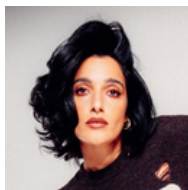
DARGEN D'AMICO
8 platini



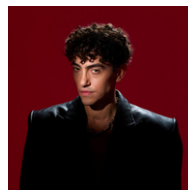
AKA 7EVEN
7 platini



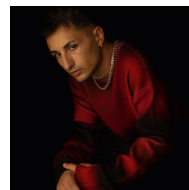
ERMAL META
6 platini



LEVANTE
6 platini



MICHELE BRAVI
5 platini



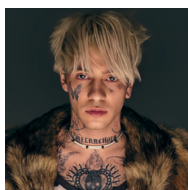
NAYT
4 platini



FULMINACCI
3 platini



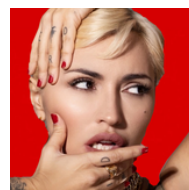
SAL DA VINCI
2 platini



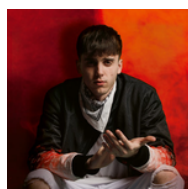
CHIELLO
2 platini



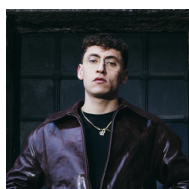
ENRICO NIGIOTTI
2 platini



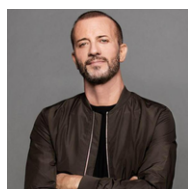
SERENA BRANCALE
2 platino



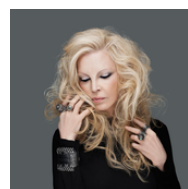
LDA
1 platino



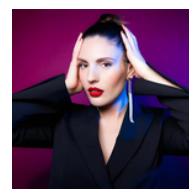
TREDICI PIETRO
1 platino



RAF
1 platino



PATTY PRAVO
1 platino

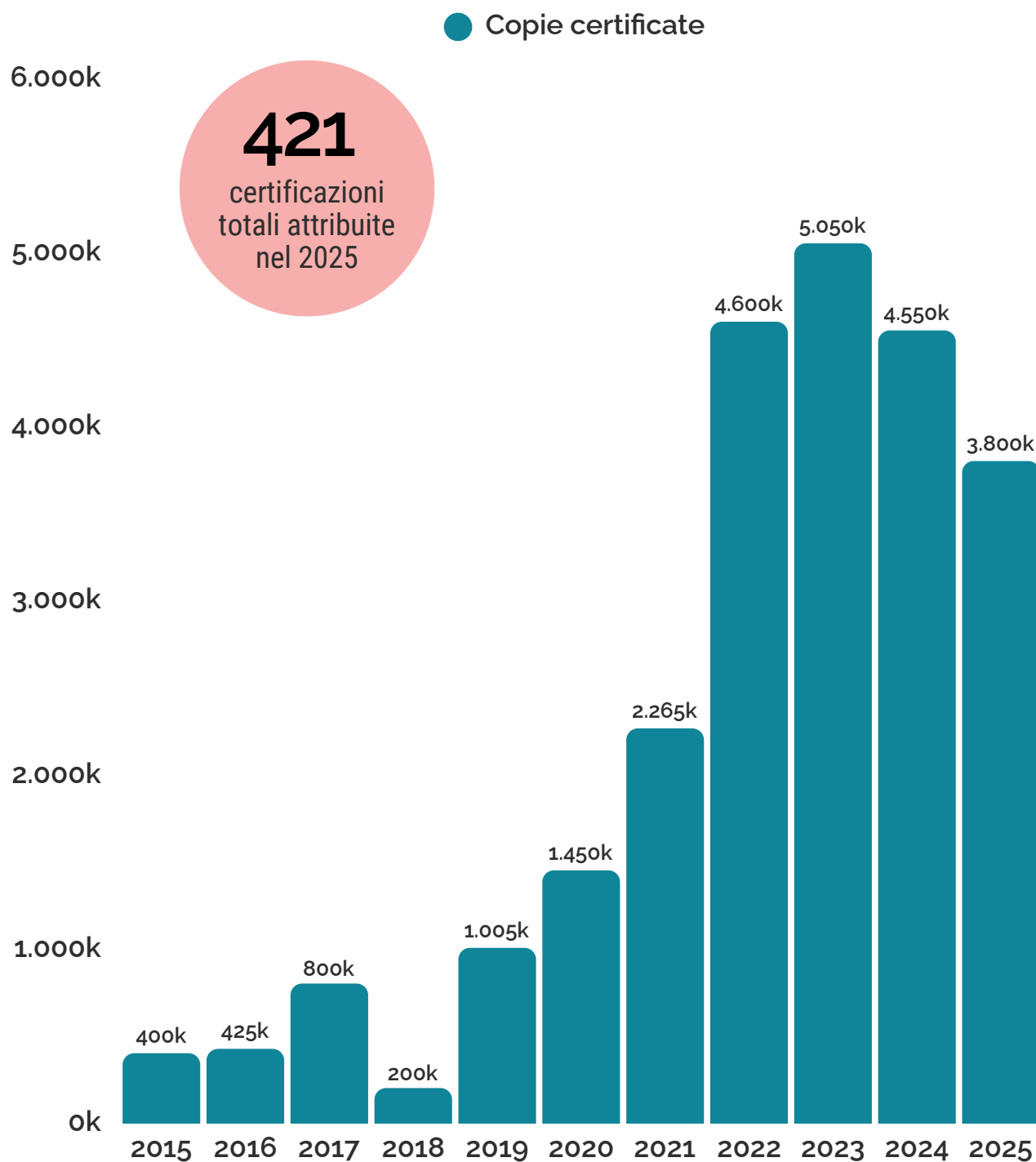


DITONELLAPIAGA
1 platino

Dato aggiornato alla week 06/2026
Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

SANREMO & FIMI AWARDS: LE COPIE CERTIFICATE

Tra il 2015 e il 2025 i brani in gara a Sanremo hanno certificato **24.545.000 copie vendute**, conquistando **241 platini** e **48 ori**.



Dato aggiornato alla week 06/2026
Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

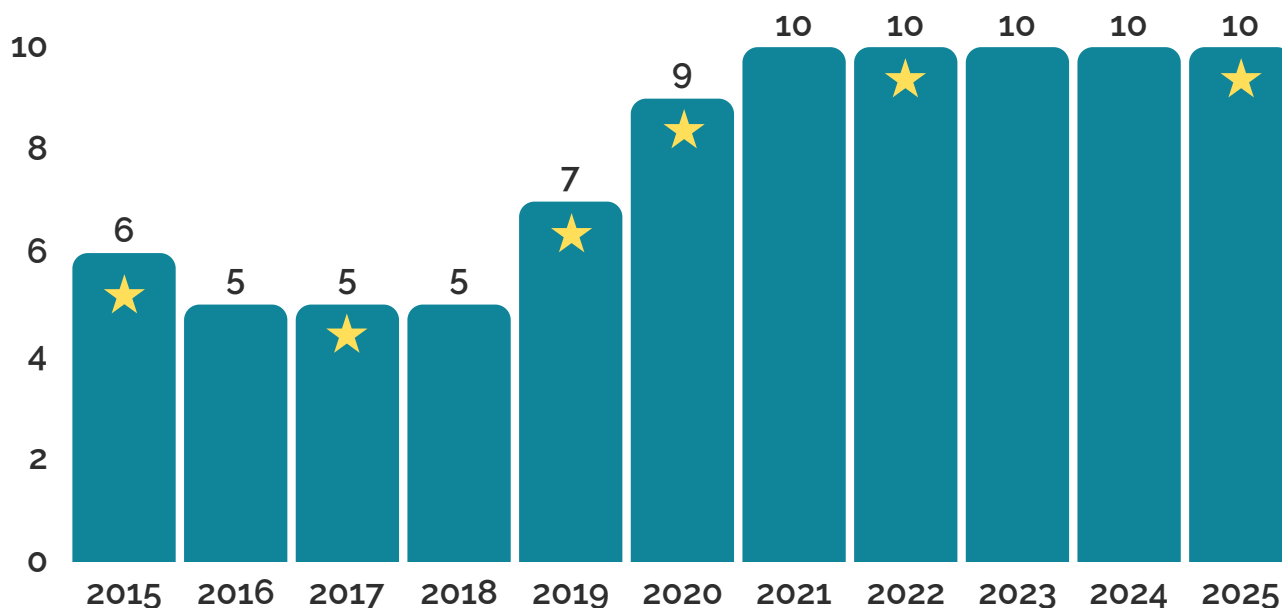
SANREMO & FIMI AWARDS: I BRANI DI MAGGIOR SUCCESSO

		COPIE CERTIFICATE	EDIZIONE FESTIVAL
	CENERE LAZZA	900.000	2023
	BRIVIDI MAHMOOD & BLANCO	800.000	2022
	DOVE SI BALLA DARGEN D'AMICO	700.000	2022
	BALORDA NOSTALGIA OLLY	600.000	2025
	DUE VITE MARCO MENGONI	600.000	2023
	FARFALLE SANGIOVANNI	600.000	2022
	SUPEREROI MR. RAIN	600.000	2023
	TANGO TANANAI	600.000	2023
	TUTA GOLD MAHMOOD	500.000	2024

Dato aggiornato alla week 06/2026
Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

SANREMO & TOP OF THE MUSIC: LE PERFORMANCE DEI BRANI

Negli ultimi cinque anni i brani in gara hanno conquistato l'intera Top Ten Singoli della *Top of the music* nella settimana successiva al Festival.



★ brano vincitore del Festival al primo posto

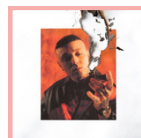
Per il quarto anno consecutivo, un brano in gara al Festival di Sanremo diventa il **singolo best-seller**.



#1 SINGOLO 2022

BRIVIDI

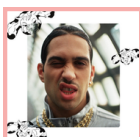
Mahmood & Blanco



#1 SINGOLO 2023

CENERE

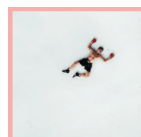
Lazza



#1 SINGOLO 2024

TUTA GOLD

Mahmood



#1 SINGOLO 2025

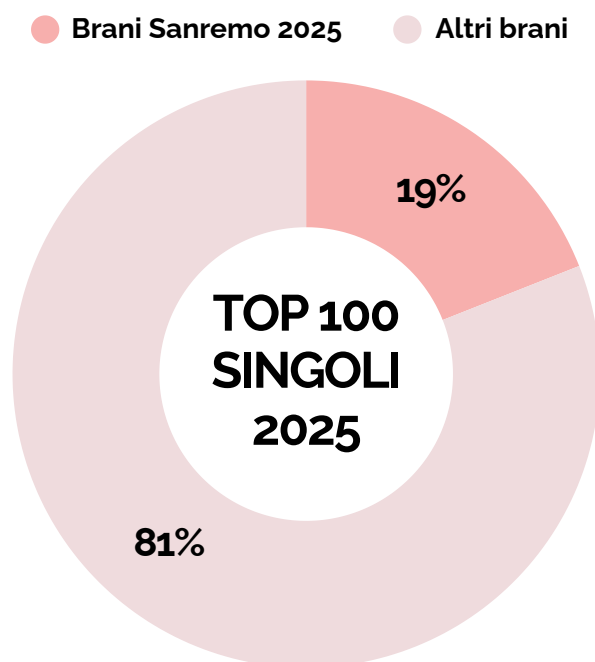
BALORDA NOSTALGIA

Olly

Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

SANREMO & TOP OF THE MUSIC: LA PRESENZA IN CLASSIFICA

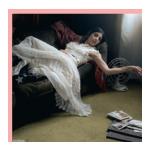
Il podio dei Singoli più venduti del 2025 è interamente occupato dai brani in gara all'ultimo Festival. Nel complesso, il 65.5% delle canzoni che hanno partecipato a Sanremo 2025 sono entrate nella Top 100 Singoli 2025.



TOP 3 SINGOLI 2025



#1
BALORDA NOSTALGIA
Olly



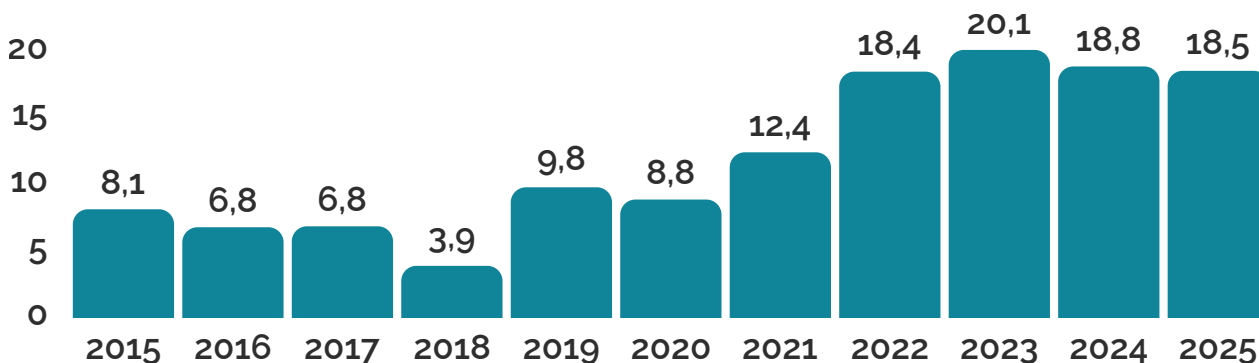
#2
LA CURA PER ME
Giorgia



#3
INCOSCIENTI GIOVANI
Achille Lauro

Negli ultimi quattro anni le canzoni in gara al Festival hanno registrato in media **oltre 18 settimane all'interno della Top 100 Singoli**: il record è dell'edizione 2023, i cui brani hanno passato in media circa 20 settimane in classifica.

25 settimane

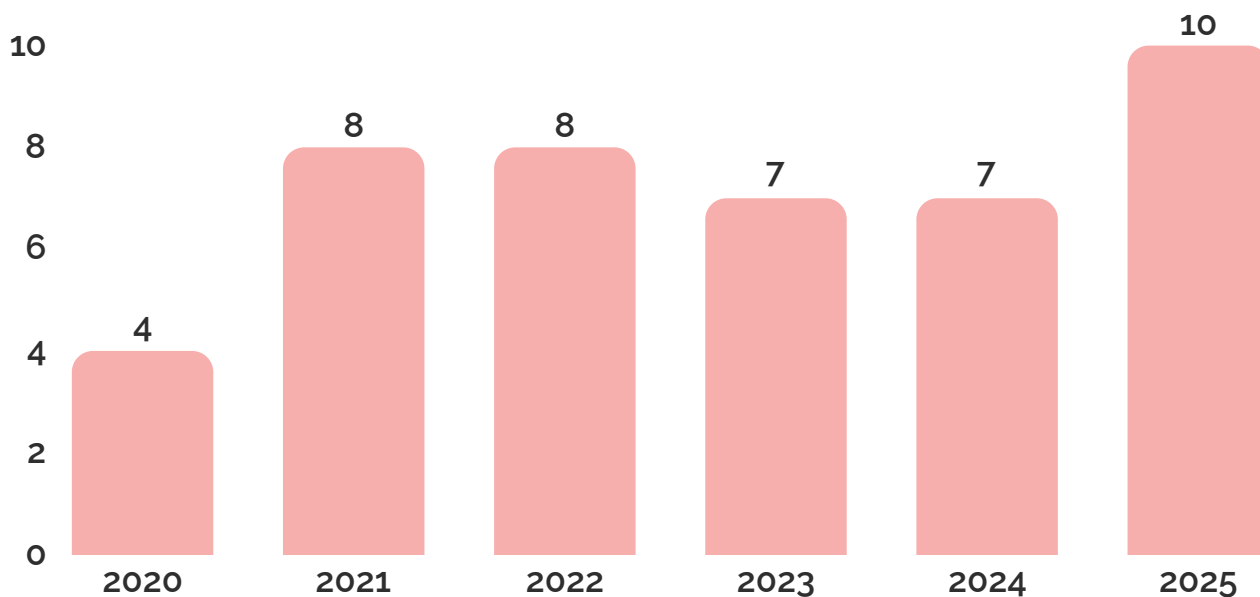


Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

SANREMO & TOP OF THE MUSIC: LA PRESENZA IN CLASSIFICA

Nel 2025 i brani in gara al Festival di Sanremo hanno occupato l'intera **Top Ten dei Singoli a un mese dalla pubblicazione**.

● Brani Sanremo in Top Ten a un mese dal Festival



Nell'ultimo cinquennio il rapporto tra Festival di Sanremo e *Top of the Music* si è sempre più consolidato: se infatti nelle edizioni dal 2021 al 2024 gli artisti con l'album best-seller dell'anno hanno tutti partecipato al Festival successivo, nel 2025 l'album più venduto dell'anno è stato dell'artista vincitore di Sanremo.



#1 ALBUM 2021
TAXI DRIVER
Rkomi



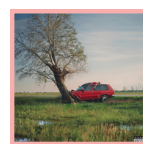
#1 ALBUM 2022
SIRIO
Lazza



#1 ALBUM 2023
IL CORAGGIO DEI BAMBINI
Geolier



#1 ALBUM 2024
ICON
Tony Effe



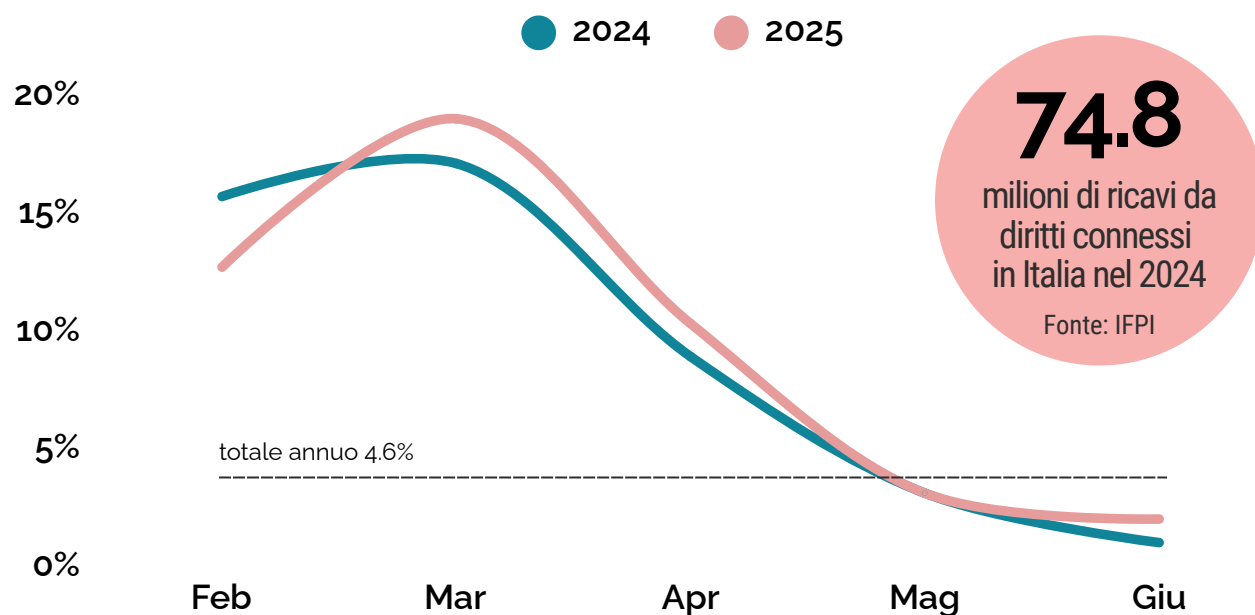
#1 ALBUM 2025
TUTTA VITA
Olly

Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

L'IMPATTO DI SANREMO SUL MERCATO DEI DIRITTI CONNESSI

I passaggi radiofonici dei brani in gara al Festival generano diritti connessi in favore di artisti e produttori, in base al numero e alla durata dell'airplay. Nell'ultimo anno **l'incidenza dei brani in gara al Festival di Sanremo 2025 trasmessi attraverso le sei radio più ascoltate in Italia è pari al 4.6%** del totale, in linea con l'edizione del 2024 e in aumento rispetto all'edizione pre-Amadeus del 2019, ferma al 2.8%.

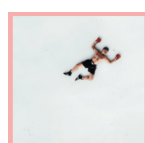
Incidenza media in secondi dei brani di Sanremo (2025 vs 2024)



Fonte: elaborazione SCF su dati Bmat

In particolare, l'andamento della presenza dei brani all'interno dei principali network radiofonici aumenta nelle settimane successive al Festival, che si conferma **motore imprescindibile dell'airplay ed elemento strutturale all'interno del mercato dei diritti connessi**.

Podio airplay Sanremo 2025



#1
BALORDA
NOSTALGIA
Olly



#2
LA CURA PER ME
Giorgia

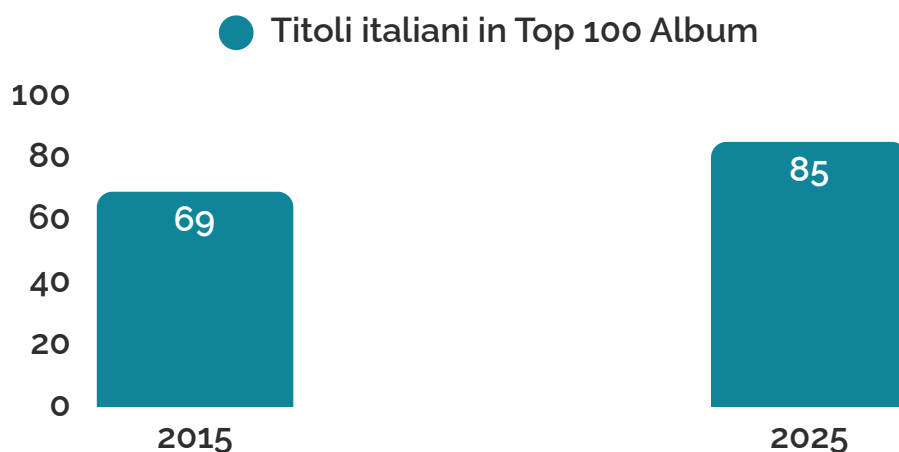


#3
CUORICINI
Coma_Cose

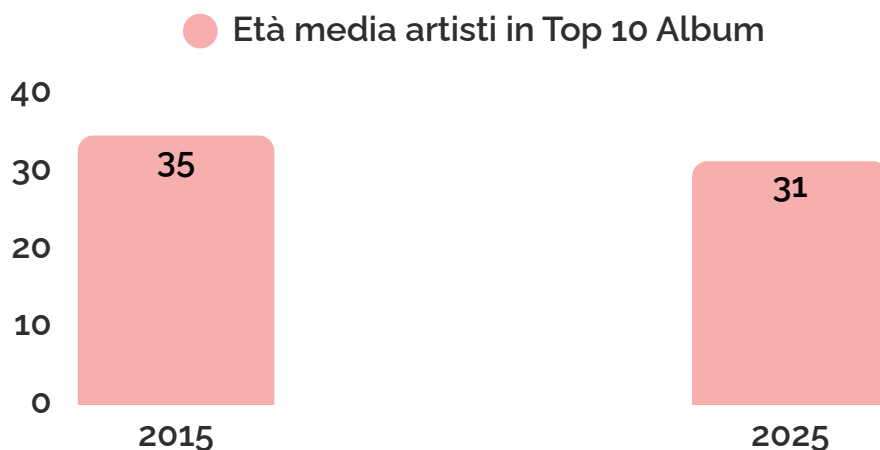
Fonte: EarOne

LO SCENARIO MUSICALE ITALIANO

Il mercato discografico italiano è il terzo mercato più importante dell'UE con ricavi superiori al **mezzo miliardo di dollari** e un tasso di crescita previsto a due cifre per il 2025. Nel corso dell'ultimo anno, lo **streaming** si è confermato **motore centrale del consumo musicale**: il volume complessivo di ascolti (premium e free) ha infatti sfiorato i 100 miliardi di stream, in crescita 5.3% rispetto al 2024. In particolare, **cresce la quota di repertorio italiano** presente all'interno della Top 100 Album annuale: un risultato frutto degli investimenti delle case discografiche nella ricerca e sviluppo di talenti locali.



A cambiare non è solo il mercato, ma anche il suo volto: la Top 10 Album continua a ringiovanire, raccontando una scena che si rinnova e guarda sempre più al futuro: **l'età media degli artisti è scesa** da 34.6 anni nel 2015 a 31.3 nel 2025.

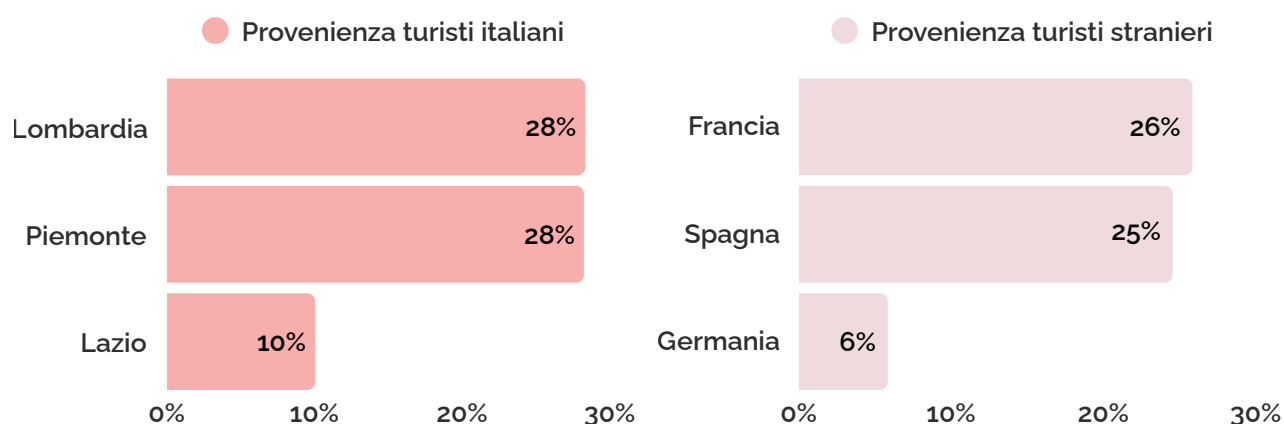


Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

IL PUBBLICO DEL FESTIVAL

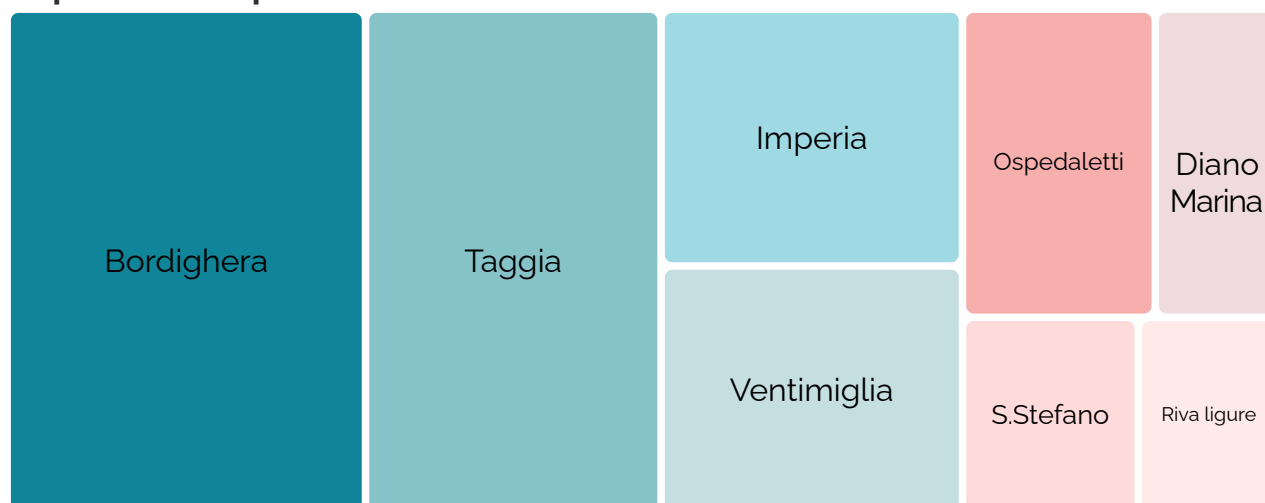
Secondo uno studio di EY l'impatto economico diretto e indiretto del Festival di Sanremo nel 2025 era pari a **245 milioni di euro**, contribuendo al **valore della produzione di 25 milioni** e un **valore aggiunto di 11.5 milioni**, oltre alla creazione di circa **220 posti di lavoro**.

L'ultima edizione del Festival ha registrato una media di circa **150.000 presenze in città**, di cui il 39% è da attribuire a turisti (79%) ed escursionisti (21%).



In totale sono stati registrati circa **120.000 pernottamenti nei cinque giorni dell'evento da parte dei turisti**, di cui il 74% ha preferito alloggiare nel comune di Sanremo e il 26% in uno dei comuni della provincia di Imperia.

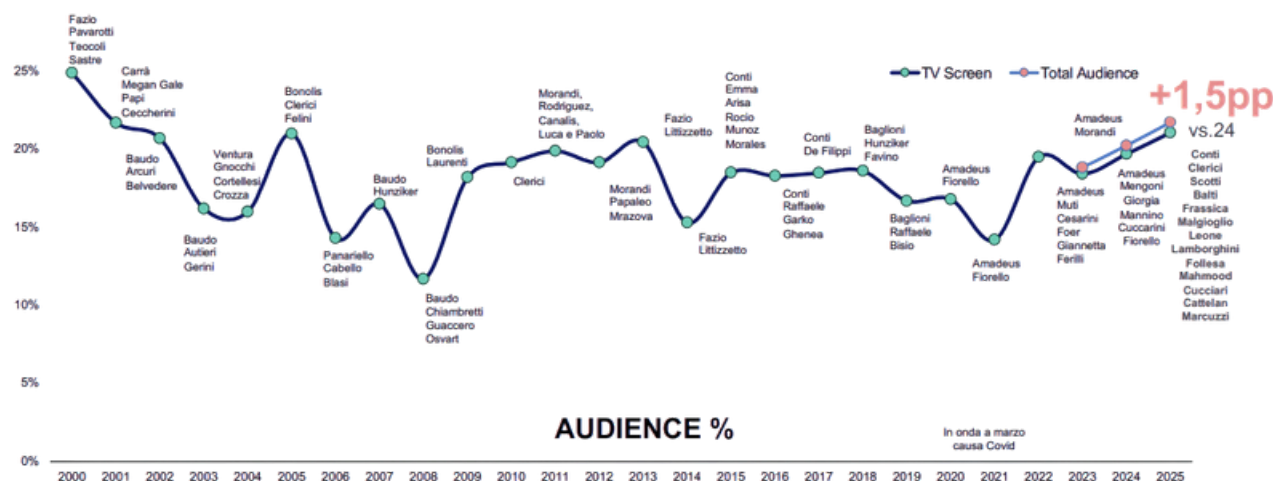
Top comuni di pernottamento (escluso Sanremo)



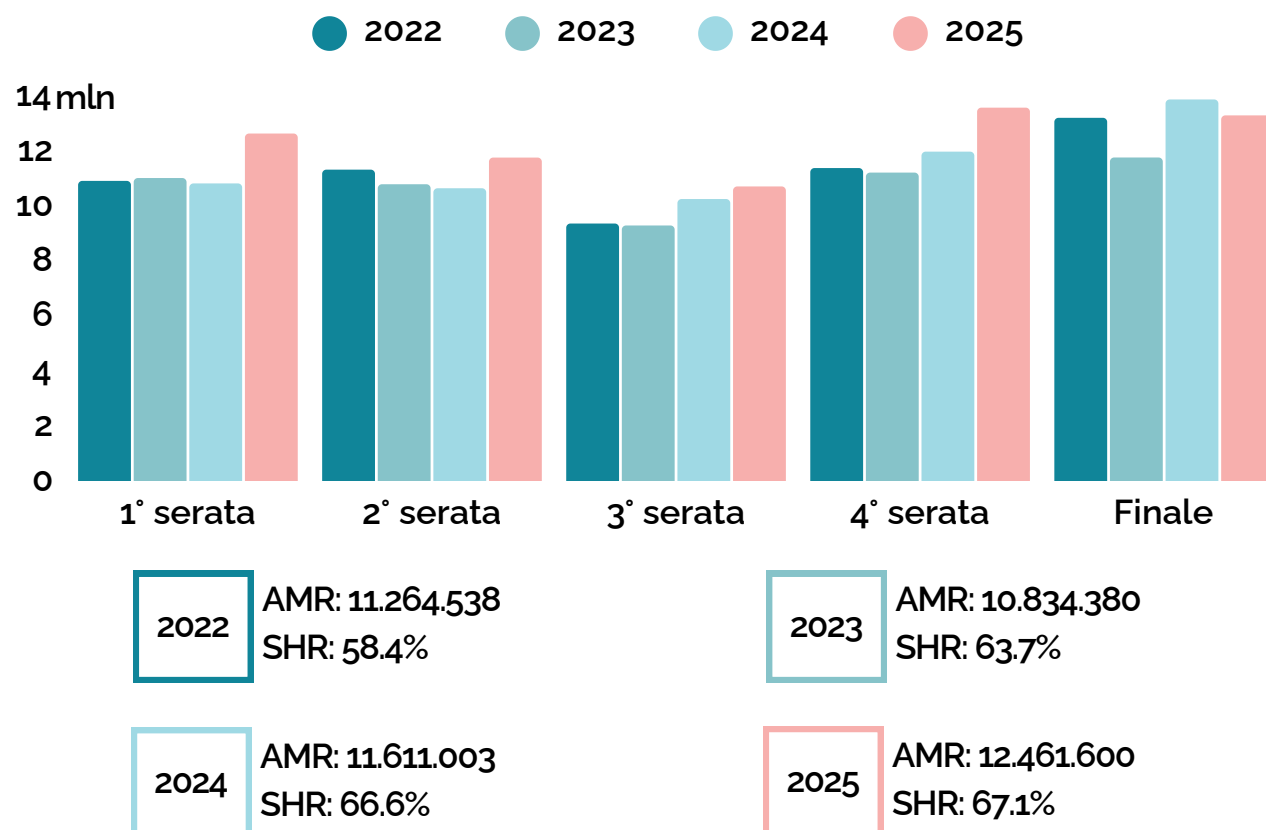
Fonte: EY, TIM Enterprise

IL PUBBLICO TELEVISIVO

Oltre al pubblico musicale, anche quello televisivo ha sancito il successo del Festival di Sanremo 2025, che si è attestato a **12.5 milioni di ascolto medio** e ha raggiunto una **copertura** di circa **38 milioni di persone**.



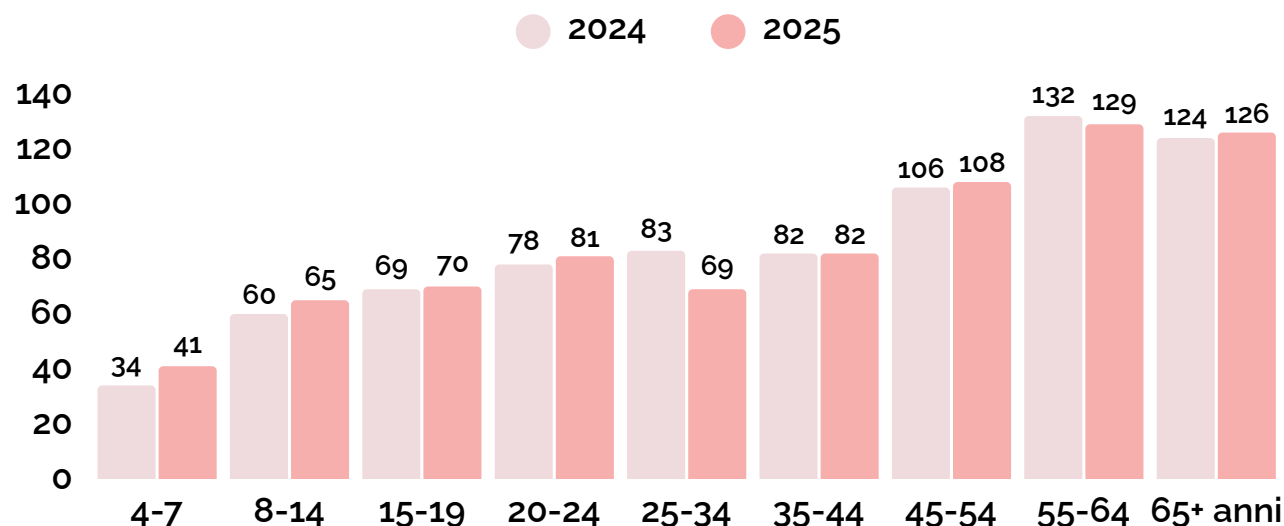
Gli ascolti per serata



Fonte: elaborazioni Dentsu su dati Auditel

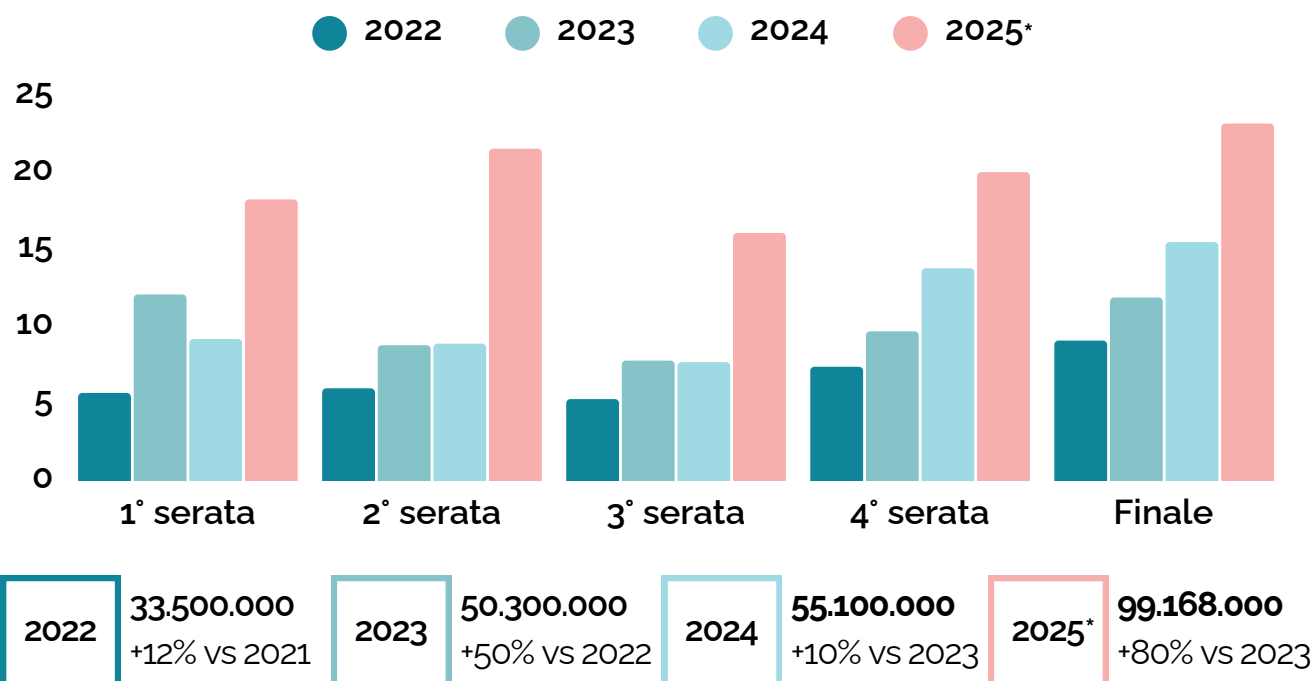
IL PUBBLICO TELEVISIVO

Il pubblico televisivo per fasce d'età - indice di affinità



IL PUBBLICO SOCIAL

Le interazioni sui social network



*integrazione monitoraggio TikTok

Fonte: elaborazioni Dentsu su dati Auditel



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.