

IL MERCATO DISCOGRAFICO ITALIANO



REPORT FIMI 2026

fimi

INDICE DEI CONTENUTI



Il mercato italiano	3
Focus on: fisico	8
L'export	11
Il consumo di musica in Italia	14
Focus on: superfan	19
Intelligenza artificiale e tutela dei diritti	22
Classifiche e certificazioni	29
Focus on: repertorio locale	33
Il mercato globale	35
Le sfide del 2026	38

IL MERCATO ITALIANO

Lo scenario

Nel 2025 il mercato discografico italiano ha registrato una crescita del **10.7%**, superando per la prima volta il mezzo miliardo di euro di fatturato: si tratta di una crescita di quasi due volte superiore alla media globale del 6.4% e continentale del 5.6%, confermando lo status dell' **Italia come terzo mercato più importante dell'Unione Europea**, con un CAGR del +11.3% nel periodo 2021-2025.



Totale mercato
+10.7%



Streaming
+9.6%



Fisico
+22%



Diritti connessi
+9.8%



Sincronizzazioni
-5.7%



Rank globale
#11



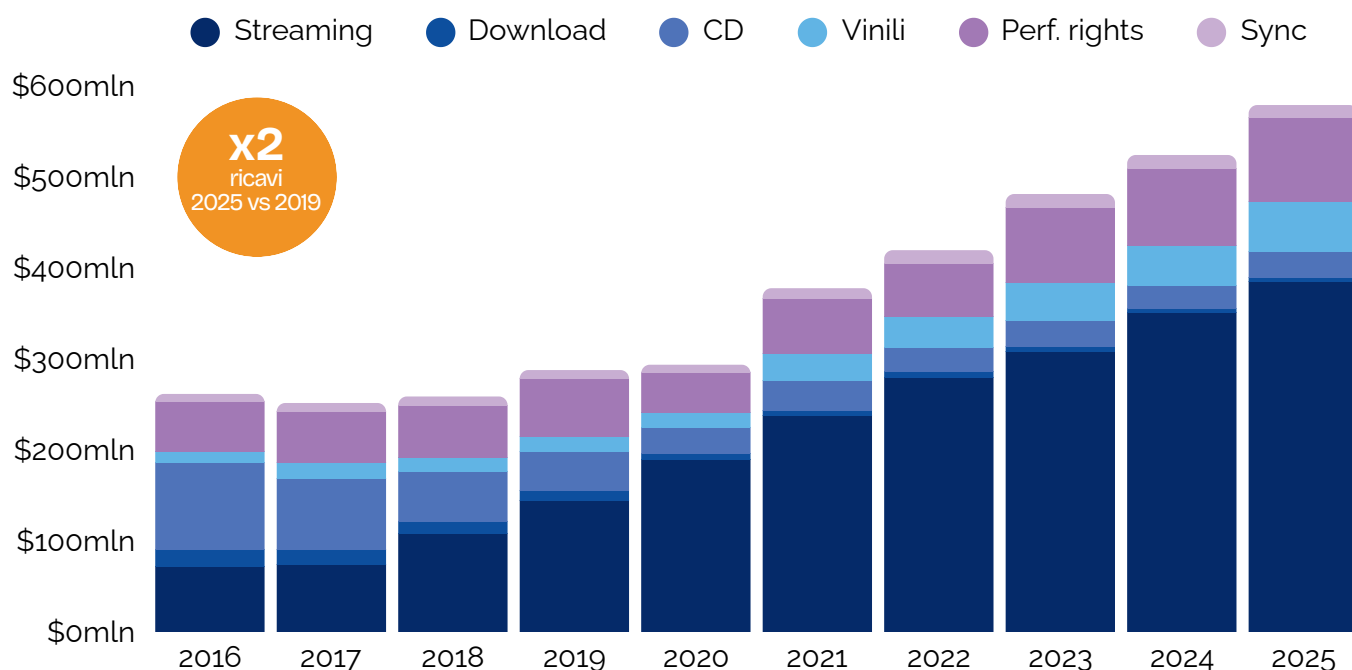
Fonte: IFPI

MUSIC REVENUES (€ MILLION, TRADE VALUE)	2025	2024	Δ 2025/2024
Subscription audio streaming	234.4	205.4	+14.1%
Ad-supported audio streaming	51.3	52.5	-2.2%
Video streaming	54.8	52.8	+3.8%
TOTALE STREAMING	340.6	310.7	+9.6%
Download	3.7	3.9	-5.1%
Mobile & other digital	0.1	0.2	-27.6%
TOTALE DIGITALE	344.4	314.8	+9.4%
Vinile	48.6	39.1	+24.2%
Cd	25.0	21.8	+15.1%
Other audio	0.3	0.2	+72.3%
Music video	0.7	0.2	+302.5%
TOTALE FISICO	74.7	61.2	+22.0%
TOTALE FISICO & DIGITALE	419.1	376.0	+11.5%
Sincronizzazioni	12.2	12.9	-5.7%
Diritti connessi	82.1	74.8	+9.8%
TOTALE MERCATO	513.4	463.7	+10.7%

L'EVOLUZIONE DEL SETTORE

Nel 2025 **il mercato discografico italiano è cresciuto per l'ottavo anno consecutivo**, raddoppiando i ricavi rispetto al 2019. Nel complesso, tutti i segmenti hanno registrato un

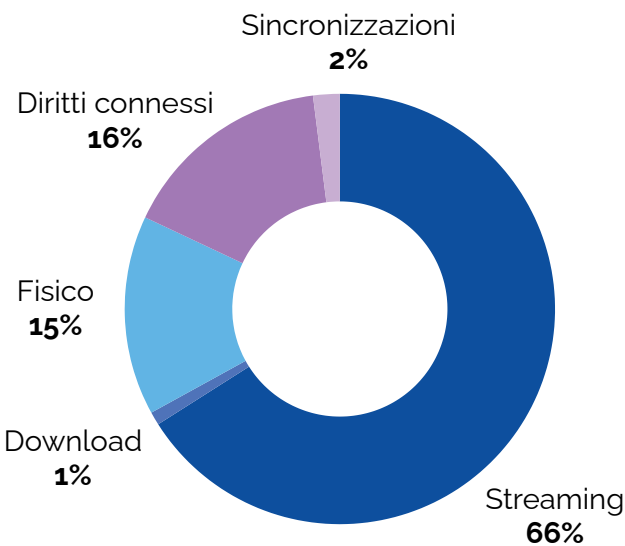
aumento delle performance - *fisico e digitale* chiudono a +11.5% mentre i *diritti connessi* crescono del 9.8% - a eccezione delle *sync* che evidenziano un calo del 5.7%.



Fonte: IFPI

IL PESO DEI FORMATI

La crescita del mercato è trainata dal formato **streaming**, che rappresenta i **due terzi dei ricavi** e cresce complessivamente del 9.6%. Il segmento **fisico**, dopo il lieve calo registrato nel 2024, **cresce** in tutti i suoi formati, con il vinile che segna +24.2% e il CD +15.1%, arrivando a rappresentare il 15% del mercato. Le **sincronizzazioni** subiscono un lieve **calo** del 5.7%, complice anche la crisi del cinema italiano che impatta direttamente sulla produzione di colonne sonore e l'utilizzo di musica nei prodotti audiovisivi, mentre i **diritti connessi** **crescono** del 9.8% e si confermano la seconda fonte di ricavi del settore.



LA CENTRALITÀ DEI DIRITTI CONNESSI

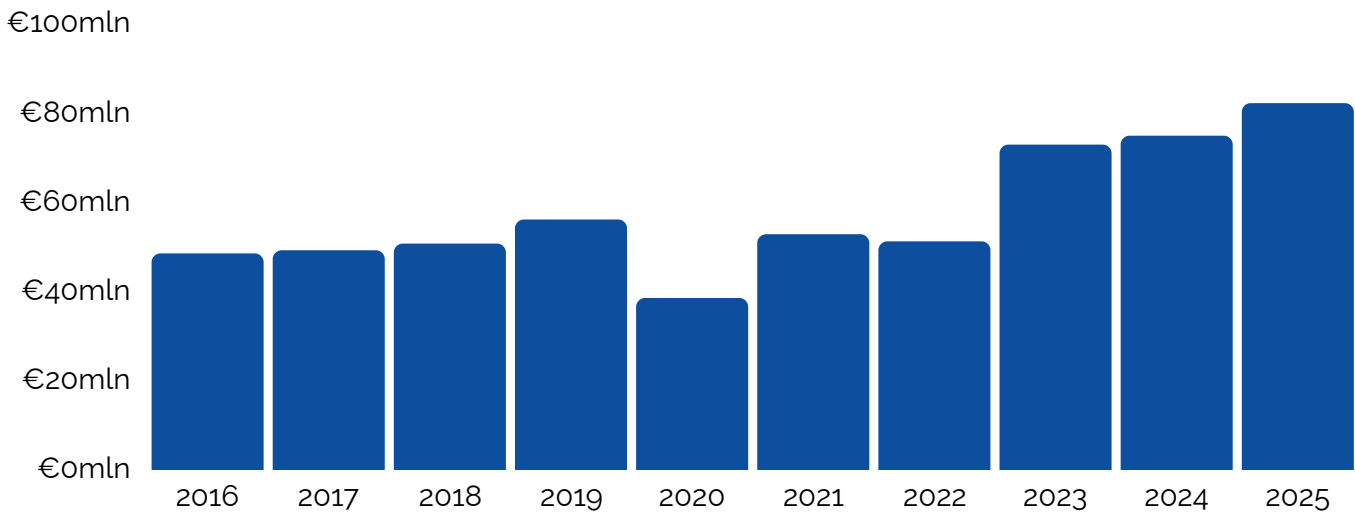
I diritti connessi regolano lo sfruttamento economico dell'opera registrata su supporto e si riferiscono all'interpretazione eseguita dall'artista, grazie all'investimento e alla organizzazione imprenditoriale di un produttore.

Nel 2025 i diritti connessi rafforzano il loro peso nell'economia della musica registrata posizionandosi come seconda fonte di ricavo più importante per l'industria e aumentando i ricavi

da 75 a oltre 82 milioni di euro. L'espansione del broadcasting e il recupero della copia privata sostengono il mercato, mentre il public performance, in lieve crescita, rappresenta uno dei principali spazi di sviluppo futuro. In un ecosistema sempre più digitale e diffuso, la corretta valorizzazione delle utilizzazioni della musica registrata diventa una leva strategica per la crescita dell'intera filiera.

 **Mariano Fiorito, Direttore Generale SCF**

● I ricavi da diritti connessi degli ultimi 10 anni

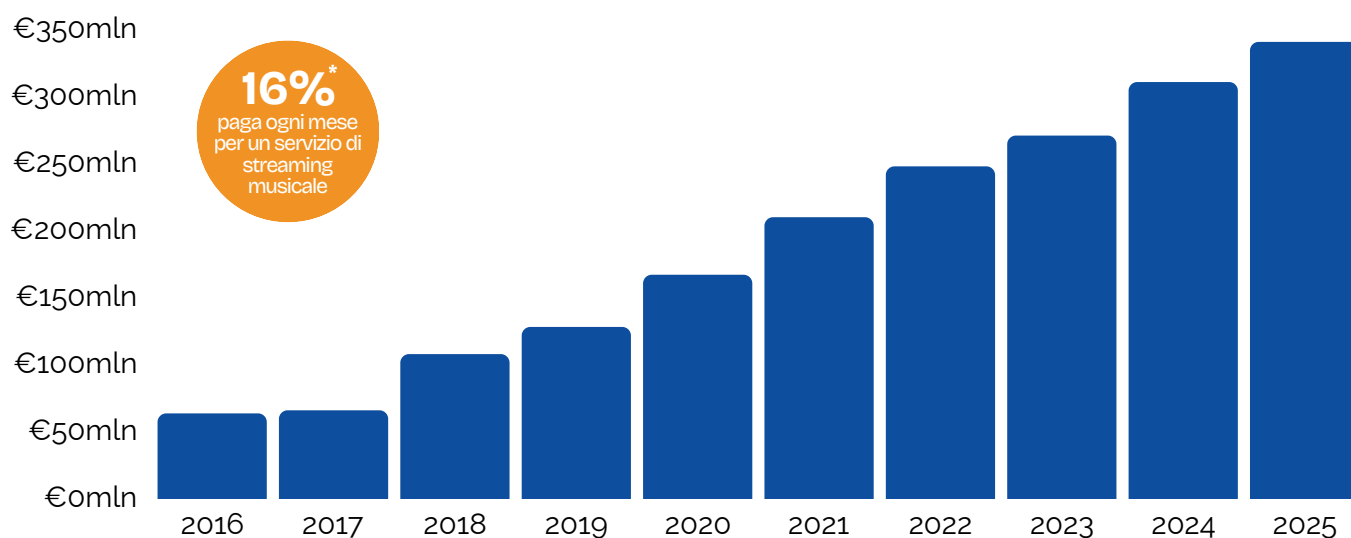


Fonte: IFPI

LA CRESCITA DELLO STREAMING: VALORE

Nel 2025 il **segmento streaming è cresciuto del 9.6%**, superando i €340 milioni di ricavi. Il formato audio in abbonamento rappresenta il 69% del totale streaming e ha raggiunto nel 2025 i €234 milioni di ricavi.

Il formato audio supportato da pubblicità pesa invece per il 15% superando i €51 milioni di ricavi, mentre il video streaming costituisce il 16% del totale formato e nel 2025 ha sfiorato i €55 milioni di ricavi.

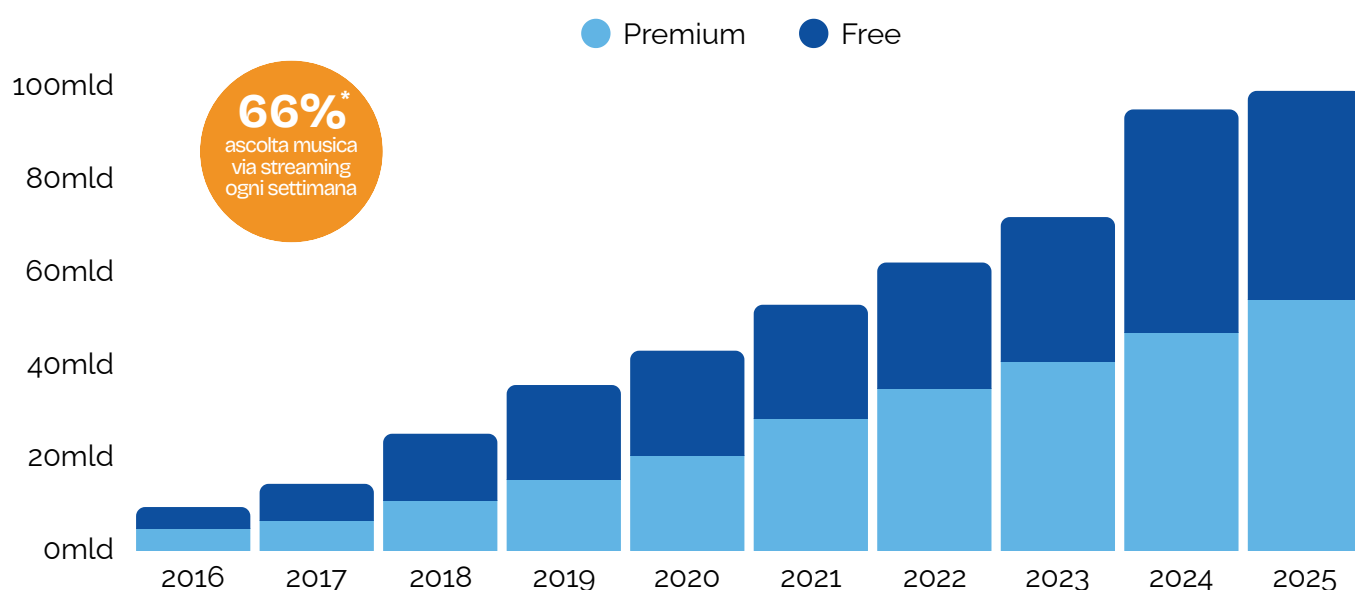


Fonte: IFPI

LA CRESCITA DELLO STREAMING: VOLUME

Nel 2025 è stata riprodotta la **cifra record di oltre 99 miliardi di stream**, in crescita del 5% rispetto all'anno precedente. Il 54% degli stream proviene da account premium, mentre il 46% attraverso account free. Nel corso del 2025 il

mercato ha registrato una **media di 1.9 miliardi di stream a settimana**: i picchi degli ascolti sono stati raggiunti nella settimana successiva al Festival di Sanremo 2025 e durante l'ultima settimana dell'anno.



Fonte: NielsenIQ Panel Market Music Italy
*Fonte box: We are social, Meltwater

LA MUSICA ITALIANA TRA CRESCITA E INNOVAZIONE

Enzo Mazza
CEO FIMI



Il nuovo report annuale FIMI contiene tanti numeri che fotografano con perizia un anno di musica in Italia, ma c'è qualcosa che si cela dietro a questi numeri che vale la pena evidenziare: l'estrema vitalità – sia sul piano artistico che industriale – della musica italiana, che assiste a una costante emersione di nuove generazioni di artisti.

“

Il futuro presenta nuove incognite e, nonostante oltre nove milioni di italiani ascoltino musica tramite un abbonamento streaming, la piena maturità del mercato è ancora distante. L'AI generativa, inoltre, rappresenta un'opportunità ma anche una sfida che richiede modelli di business adeguati e tutele legislative, aprendo le porte a un 2026 di grandi trasformazioni



Il successo conferma ancora una volta gli investimenti in ricerca e sviluppo di major ed etichette indipendenti italiane, e le capacità di sfruttare al meglio i vari canali commerciali per promuovere e distribuire i contenuti musicali, dallo streaming al ritorno del CD e alla conferma del vinile, mentre nuove release e catalogo incontrano l'entusiasmo dei superfan che alimentano un circuito positivo per l'intero settore.

Ma il futuro presenta nuove incognite e il settore può avere ancora margini di crescita: nonostante oltre nove milioni di italiani ascoltino musica tramite un abbonamento streaming, la piena maturità del mercato è ancora distante. L'AI generativa, inoltre, rappresenta una nuova opportunità ma anche una sfida che richiede modelli di business adeguati e tutele legislative, aprendo le porte a un 2026 di grandi trasformazioni.

FOCUS ON: FISICO

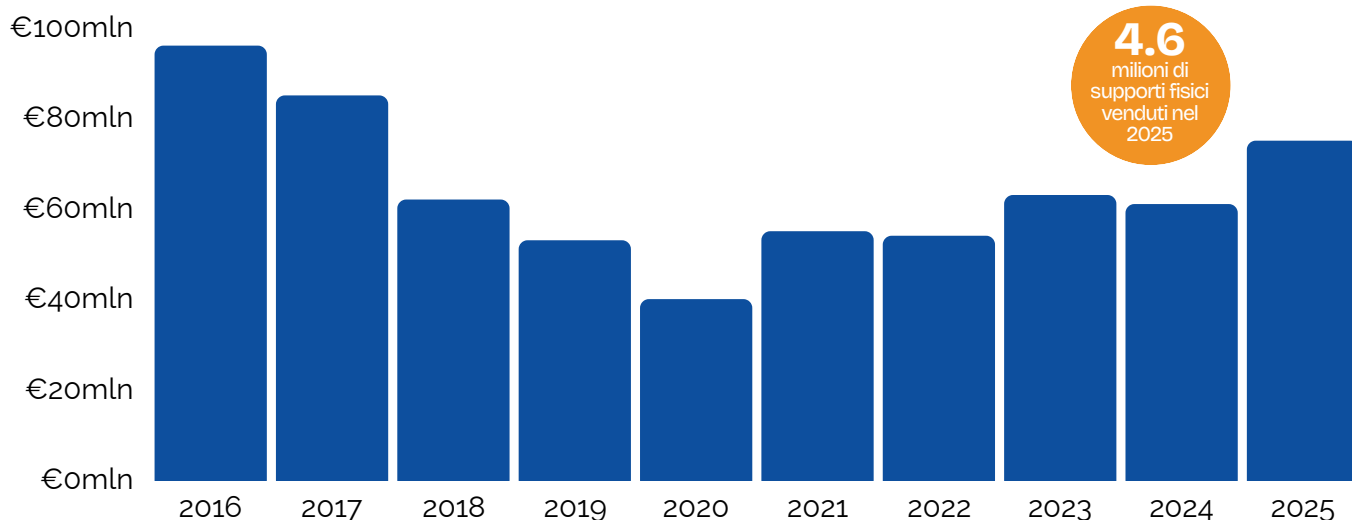
Un formato evergreen

Il 2025 ha visto il **segmento fisico crescere più di ogni altro formato** all'interno del mercato italiano. Nell'era dello streaming, i consumatori di musica hanno riscoperto il **fascino del prodotto fisico**, come se di fronte alla totale smaterializzazione si affiancasse anche la necessità di disporre di un oggetto che possa testimoniare la vicinanza all'artista. In particolare il vinile, inizialmente percepito come un fenomeno legato solo agli adulti nostalgici, è diventato in realtà un segmento popolare tra la Generazione Z, rivelandosi **parte centrale della cultura giovanile** di questi anni.



Totale mercato	Vinile	CD	Music video	Altri supporti
+22%	+24.2%	+15.1%	+302.5%	+72.3%

● Ricavi da segmento fisico negli ultimi dieci anni

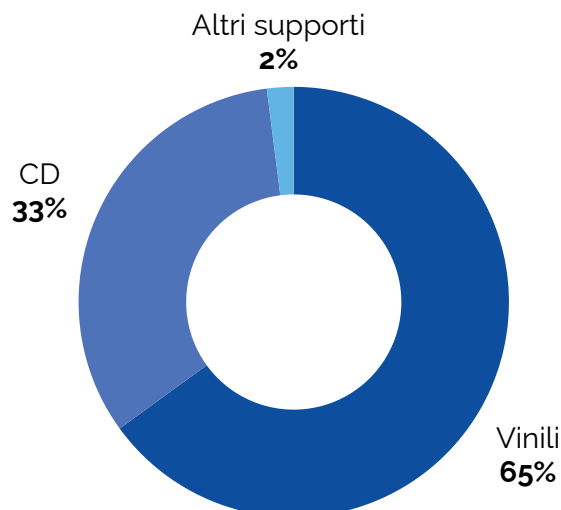


Fonte: IFPI

IL PESO DEI FORMATI

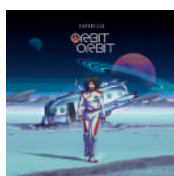
Nel 2025 i ricavi del **segmento fisico** hanno raggiunto circa **75 milioni di euro**, di questi il 65% proviene dal formato vinile, il 33% dalla vendita di CD, mentre il restante 2% da music video e altri supporti. Nel 2025 l'Italia rappresenta il **nono più importante mercato al mondo** per quanto riguarda i ricavi da formato fisico.

Nel complesso, durante l'anno sono stati venduti **4.6 milioni di prodotti fisici**, il 51% in formato CD e il 47% in formato vinile. In particolare, gli album pubblicati dal 2020 al 2025 hanno rappresentato il 71% delle unità vendute.

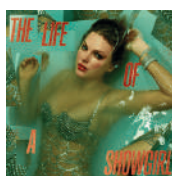


Fonte: IFPI

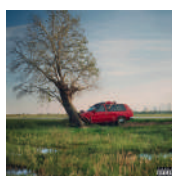
TOP 10 CD, VINILI E MUSICASSETTE 2025 | TOP OF THE MUSIC



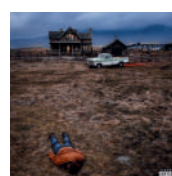
1.
ORBIT ORBIT
Caparezza



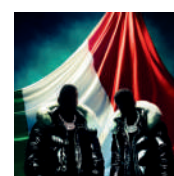
2.
THE LIFE OF A SHOWGIRL
Taylor Swift



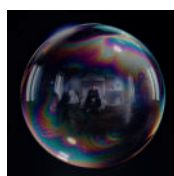
3.
TUTTA VITA
Olly



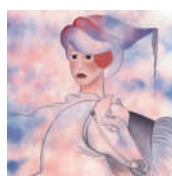
4.
RANCH
Salmo



5.
MONEY GANG
Sfera Ebbasta & Shiva



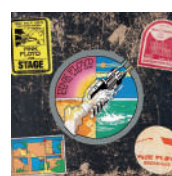
6.
È FINITA LA PACE
Marracash



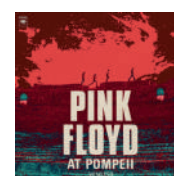
7.
VOLEVO ESSERE UN DURO
Lucio Corsi



8.
COMUNI MORTALI
Achille Lauro



9.
WISH YOU WERE HERE (50TH ANNIVERSARY EDITION)
Pink Floyd



10.
PINK FLOYD AT POMPEII - MCMLXXII
Pink Floyd

Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

RITORNO DEL PRODOTTO FISICO: SFIDE E STRATEGIE

Andrea Rosi
Presidente & CEO,
Sony Music Italy



Il consumo del prodotto fisico sia frontline che di catalogo sta vivendo un momento di ulteriore sviluppo, sia sul repertorio locale che internazionale.

La domanda è sempre alta e in certi casi persino più significativa di quella digitale: ovviamente dipende dai progetti, dagli artisti, dai generi e, non ultimo, dal modo di proporli e comunicarli – per Sony l'obiettivo è far percepire il catalogo come qualcosa di fresco e significativo, al pari delle uscite frontline.

“

L'acquisto fisico, che sia frontline o di catalogo, aumenta nel momento in cui si crea sempre un'esperienza significativa per l'acquirente, che sia in un luogo fisico, o associata ad un momento irrinunciabile



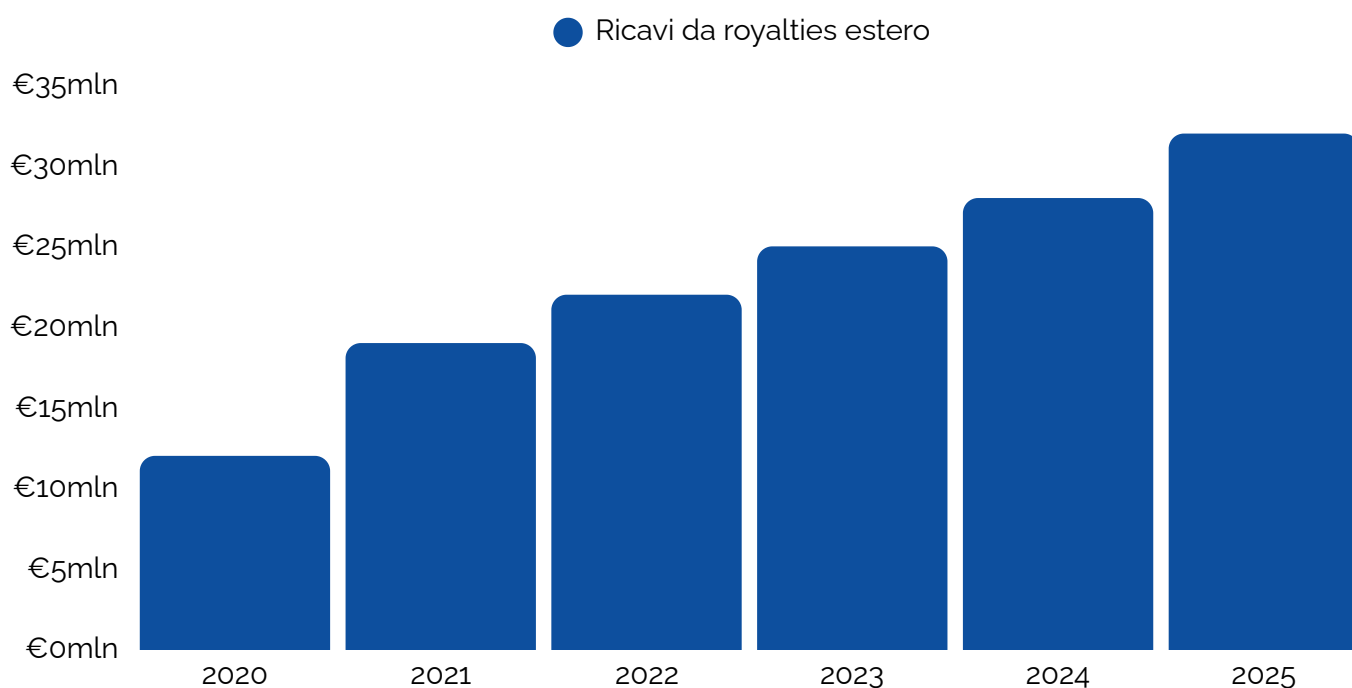
In questo senso, alcuni strumenti sono per noi estremamente strategici, come i POP UP STORES - sia dedicati a singoli progetti (ad esempio "Wish You Were Here") sia ad eventi come Sanremo e Lucca Comics, che permettono di raggiungere un pubblico ben preciso e sempre più orientato all'esperienza fisica e sensoriale, a cui comunicare in modo attento e per il quale studiare dei prodotti esclusivi; l'OFFERTA D2C - fondamentale per ottimizzazione delle revenues, connessione dell'acquisto con altre attività-boost, aumento dell'audience del sito e relativa profilazione; e infine la CREAZIONE DI PRODOTTI PER SUPERFAN - a cui è possibile connettere delle dinamiche di vendita particolari, come fatto con "L'Alba Di Lucio", il cui preorder è stato attivato solo per 48 ore sempre e solo sul Sony Music Store (D2C).

L'EXPORT

Lo scenario

Nel 2025 i **ricavi** dalle royalties generate dal consumo di **musica italiana all'estero sono aumentati del 13.9%** superando i 32 milioni di euro tra segmento fisico, digitale, sincronizzazioni e diritti connessi.

Dal **2020 al 2025 le royalties dall'export di musica italiana sono cresciute del 180%**, grazie alle nuove modalità di fruizione musicale che stanno aprendo opportunità di internazionalizzazione e accesso ai mercati esteri.



Per la prima volta, la musica in lingua italiana è entrata a far parte del club Spotify dei *100 milioni di dollari*, ovvero di quelle lingue la cui musica genera almeno 100 milioni di dollari di royalties all'anno

130

milioni di playlist create su Spotify dagli utenti negli Stati Uniti con all'interno brani di artisti italiani

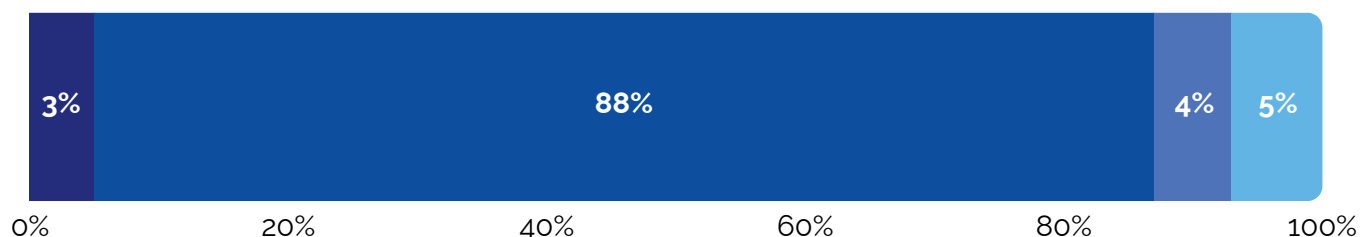
50%

quota di royalties generate su Spotify da artisti italiani che provengono dall'estero

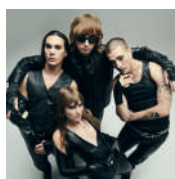


LA QUOTA DEI RICAVI DA ROYALTIES

● Fisico ● Digitale ● Sync ● Diritti connessi



TOP 10 ARTISTI ITALIANI PIÙ ASCOLTATI ALL'ESTERO | SPOTIFY



1.
MÅNESKIN



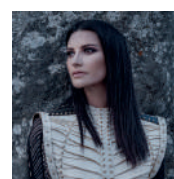
2.
GABRY PONTE



3.
LUDOVICO EINAUDI



4.
DAMIANO DAVID



5.
LAURA PAUSINI



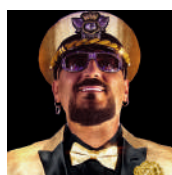
6.
MEDUZA



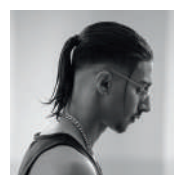
7.
EROS RAMAZZOTTI



8.
ANDREA BOCELLI



9.
GIGI D'AGOSTINO



10.
BABY GANG

L'EXPORT DI MUSICA ITALIANA: UNA STRATEGIA GLOBALE

Pico Cibelli

Presidente e Amministratore Delegato, Warner Music Italia



Per Warner Music Italia l'export rappresenta oggi una priorità strategica. In un mercato musicale sempre più globale, la capacità di portare il repertorio italiano oltre i confini nazionali è una leva fondamentale di sviluppo artistico e industriale.

Il lavoro parte dal repertorio locale rendendo la creatività degli artisti italiani accessibile a nuovi pubblici internazionali tramite versioni dei brani in altre lingue e collaborazioni con artisti stranieri. È un modo concreto per "geolocalizzare" il repertorio italiano, adattandolo ai diversi mercati senza snaturarne l'identità. Riponiamo grandi aspettative sul lancio internazionale di Sal Da Vinci e sulla sua partecipazione all'Eurovision. La sua "Per sempre sì" richiama la tradizione delle grandi hit Made in Italy che in passato hanno conquistato il mondo.

“

Per Warner Music Group l'export non è solo una strategia commerciale, ma un processo culturale. Significa portare l'identità e le peculiarità dei vari territori nel mondo, valorizzando le radici locali per costruire nuove traiettorie di crescita per artisti e repertori sulla scena globale



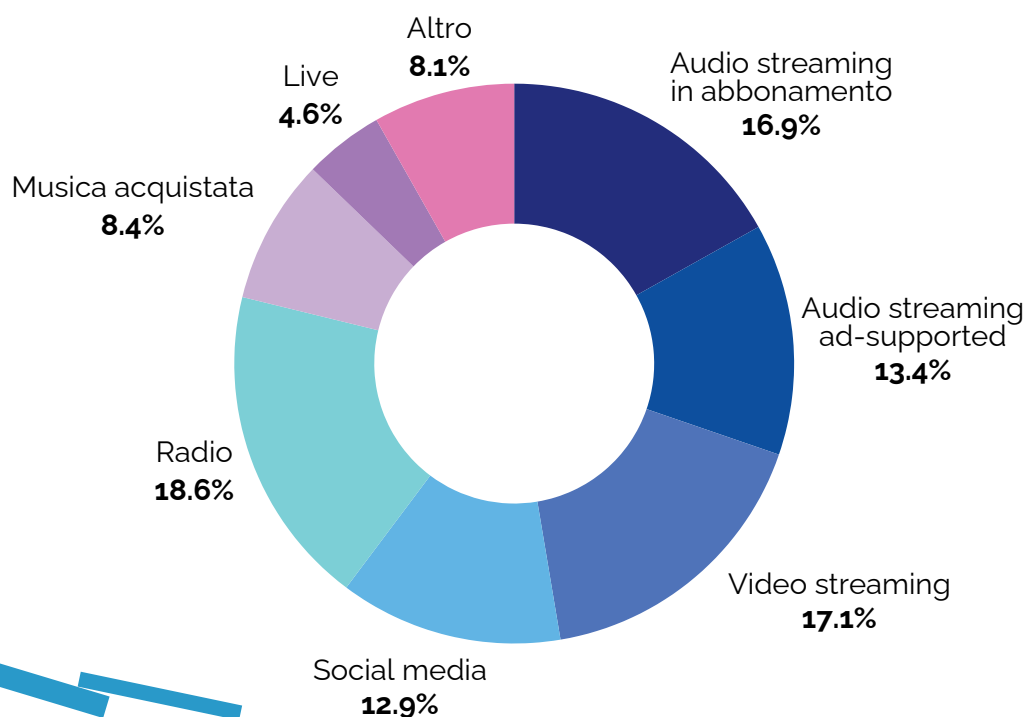
Parallelamente stiamo lavorando sui nostri cataloghi – Pausini, Nek, Fred De Palma, Lollipop – e sull'acquisizione di repertori legati alla tradizione della dance italiana, come il catalogo Extravaganza-DWA.

In questo scenario l'export non è soltanto una strategia commerciale, ma un processo culturale che rafforza la presenza della musica italiana nei mercati internazionali, costruendo nuove traiettorie per artisti e repertori che hanno ancora molto da raccontare.

IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA

Lo scenario

In Italia nel 2025 gli **ascoltatori hanno fruito di musica per 21.9 ore di media a settimana**, pari al 19% in più rispetto a cinque anni fa. Per oltre la metà dei consumatori, l'ascolto di brani assume un ruolo centrale nell'utilizzo delle piattaforme social e streaming, mentre per la quasi totalità degli italiani la musica svolge una funzione **fondamentale per il benessere della persona e per la definizione dell'identità sociale e culturale**. In media, gli ascoltatori di musica interagiscono con i brani e gli artisti attraverso sette differenti modalità: il formato preferito è l'audio streaming nelle versioni in abbonamento e supportate da pubblicità, seguono la radio e il video streaming.

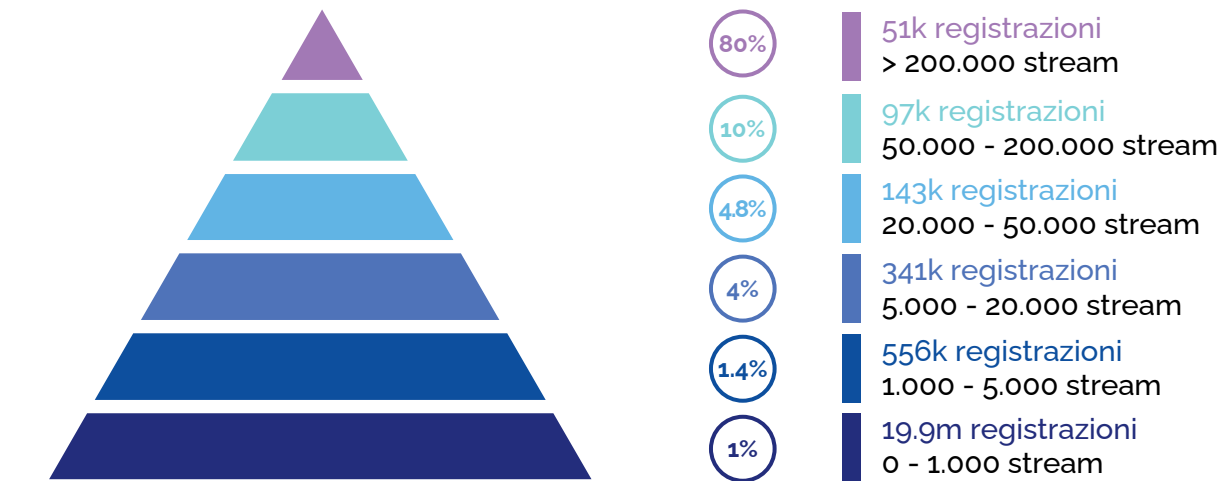


Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

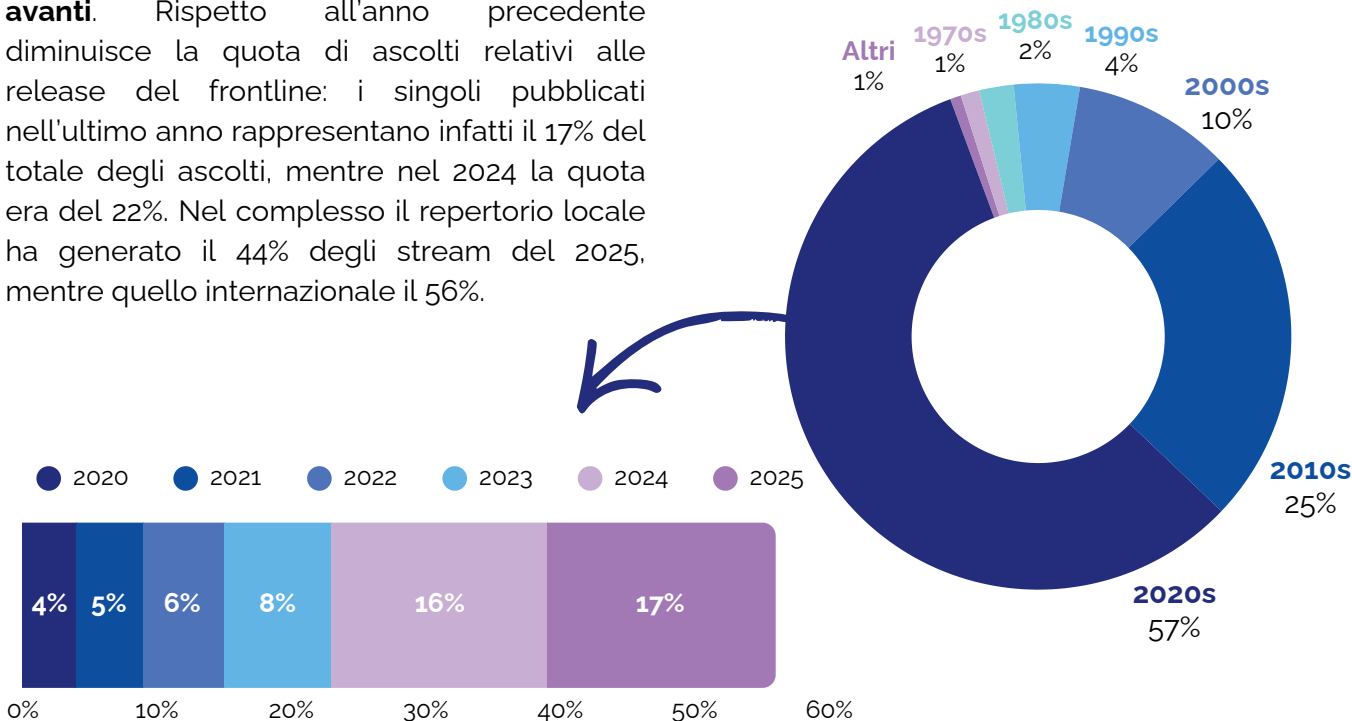
LA DISTRIBUZIONE DEGLI ASCOLTI

La democratizzazione dell'accesso al mercato musicale ha offerto a molti più artisti una vetrina globale, ma allo stesso tempo l'aumento della competizione, con circa 106mila brani caricati ogni giorno online, rende più difficile trovare visibilità. Questa enorme presenza di musica

sulle piattaforme ha delle conseguenze anche sui consumi: nel 2025 ben **19.9 milioni di tracce hanno registrato meno di 1000 stream**, mentre 148mila hanno generato il 90% degli ascolti. In particolare, lo **0.2% dei brani ha realizzato l'80% degli ascolti**, pari a 75 miliardi di stream.

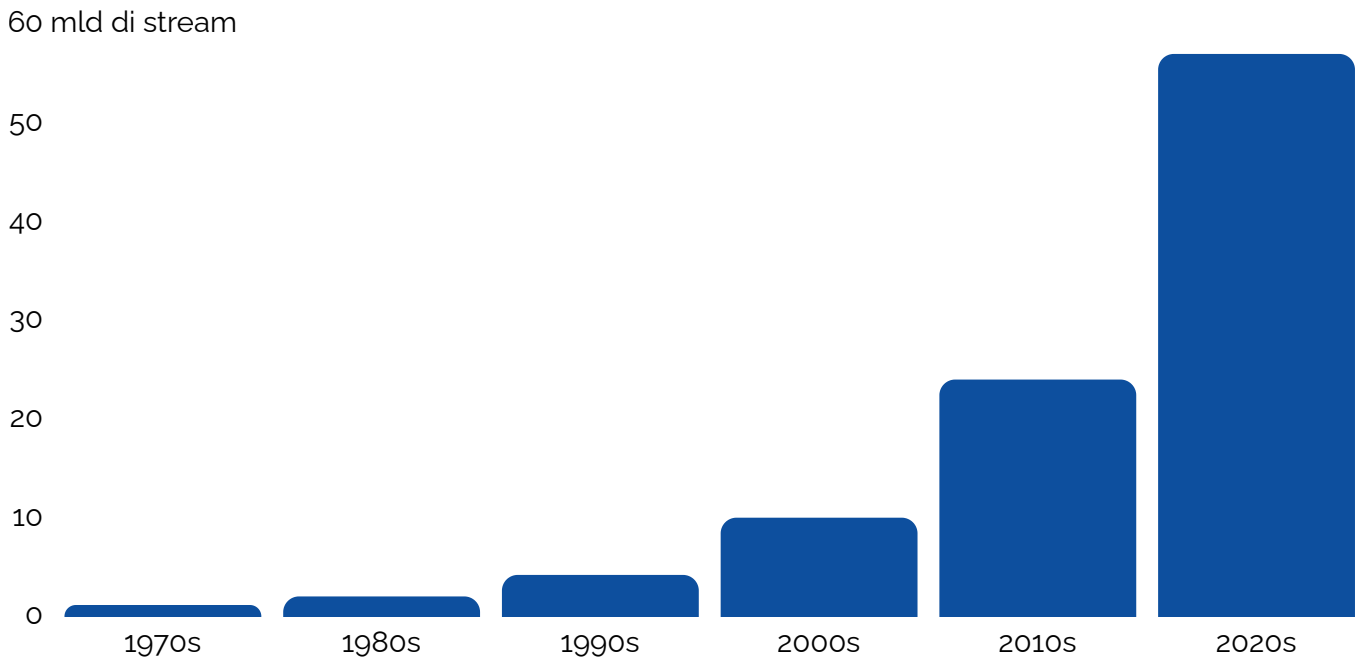


L'**82% degli stream riprodotti nel 2025 proviene da brani pubblicati dal 2010 in avanti**. Rispetto all'anno precedente diminuisce la quota di ascolti relativi alle release del frontline: i singoli pubblicati nell'ultimo anno rappresentano infatti il 17% del totale degli ascolti, mentre nel 2024 la quota era del 22%. Nel complesso il repertorio locale ha generato il 44% degli stream del 2025, mentre quello internazionale il 56%.



Fonte: NielsenIQ Panel Market Music Italy

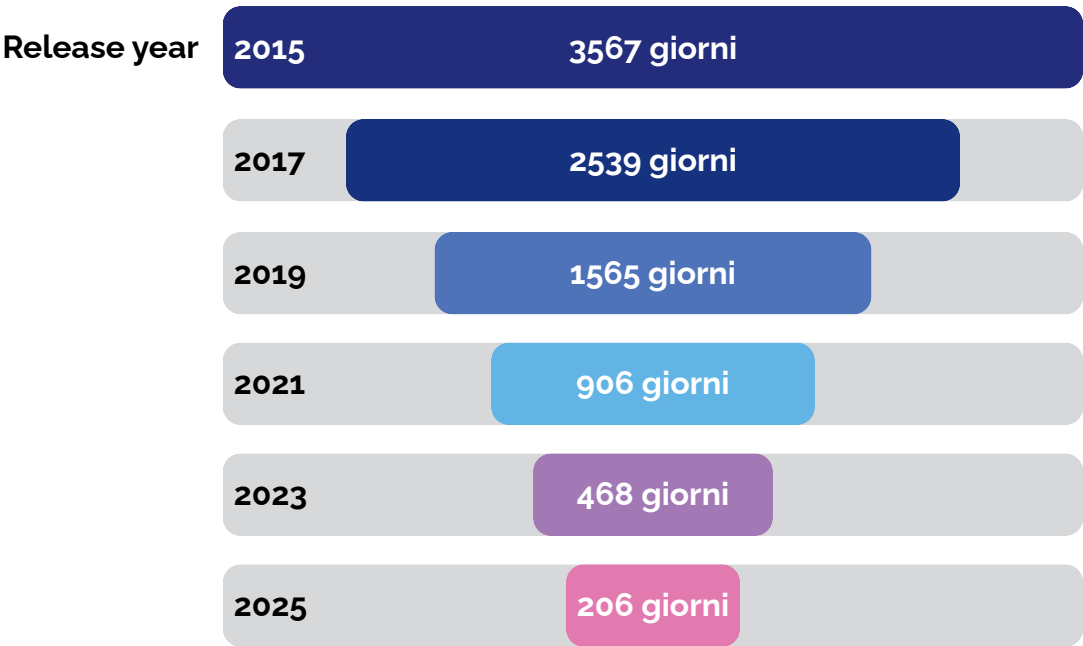
GLI ASCOLTI PER DECADE



L'ACCELERAZIONE DEL SUCCESSO

Nell' era dello streaming i brani stanno raggiungendo il successo in un tempo sempre più breve. Le canzoni uscite nel 2025 hanno raggiunto in media il traguardo dei 100

milioni di stream in 206 giorni, pari a poco meno di sette mesi. Due anni fa era necessario oltre il doppio del tempo, mentre i brani pubblicati nel 2015 hanno impiegato quasi dieci anni.



Fonte: NielsenIQ Panel Market Music Italy

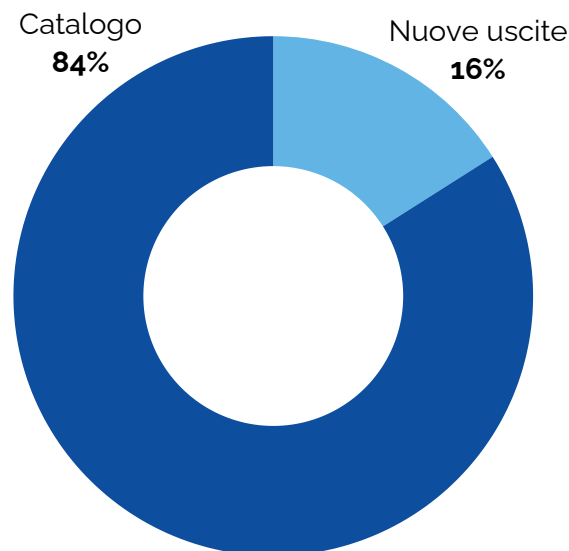
LE NUOVE USCITE E IL CATALOGO

Nel 2025 **aumenta il consumo in streaming del repertorio di catalogo**: nell'ultimo anno le nuove uscite rappresentano il 16% del totale degli ascolti, in calo del 17% rispetto all'anno

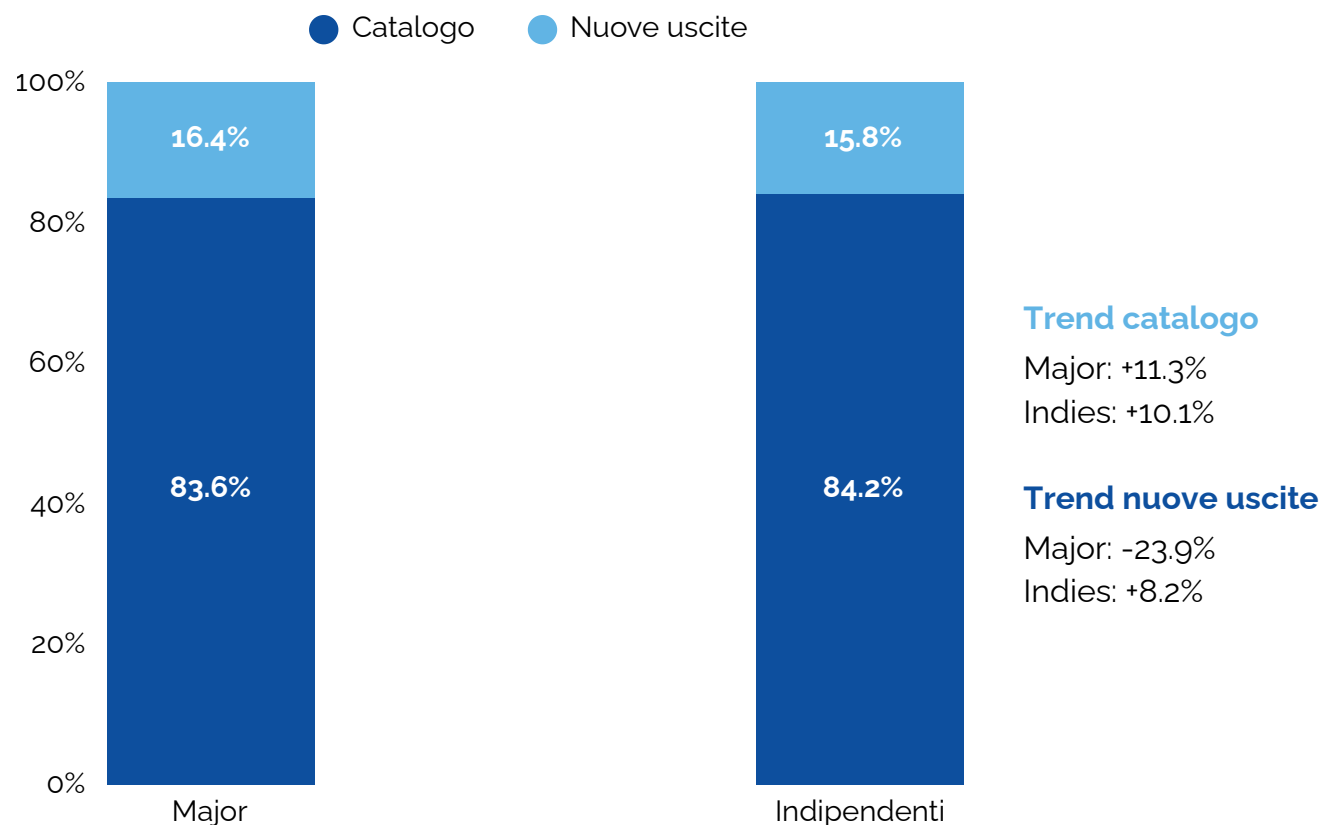
Il consumo di musica oggi in Italia fotografa uno scenario in costante e continuo mutamento dove le possibilità si moltiplicano e i contesti si diversificano. Questo è certamente un bene in termini di incremento del consumo stesso, ma come realtà indipendente ci interroghiamo sulla dinamica di questa fruizione spesso 'rapace' e bulimica, soprattutto per la next gen, che rapportata in primis ai tempi di gestazione creativa e ai processi di produzione crea uno sbilanciamento nel delicato equilibrio tra necessità del mercato, del pubblico e degli artisti.

 **Emmanuele Di Giamberardino**, CEO Bomba Dischi

scorso, mentre la musica di catalogo aumenta i volumi d'ascolto dell'11%. In particolare, il catalogo delle major cresce dell'11.3%, mentre quello delle indie del 10.1%.



LA QUOTA MAJOR E INDIPENDENTI

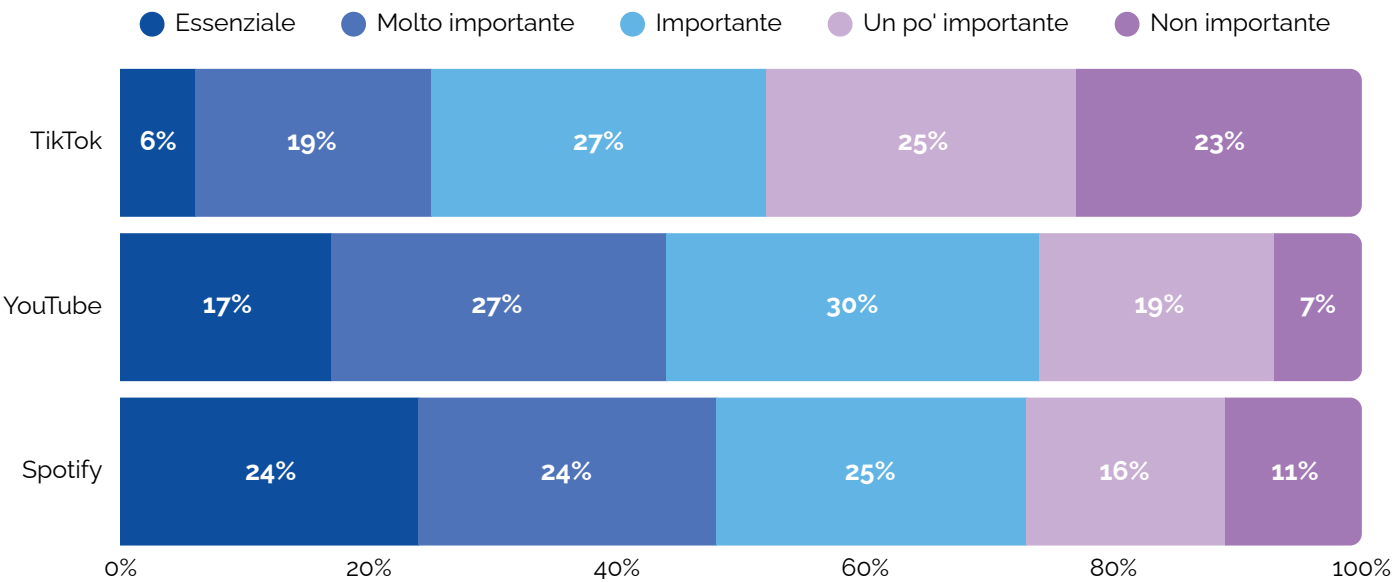


Fonte: NielsenIQ Panel Market Music Italy

L'IMPORTANZA DELLA MUSICA

La musica è al centro dell'utilizzo da parte dei consumatori italiani delle piattaforme di streaming e di short-form video. In particolare, il **52%** ritiene che i **contenuti musicali** siano un

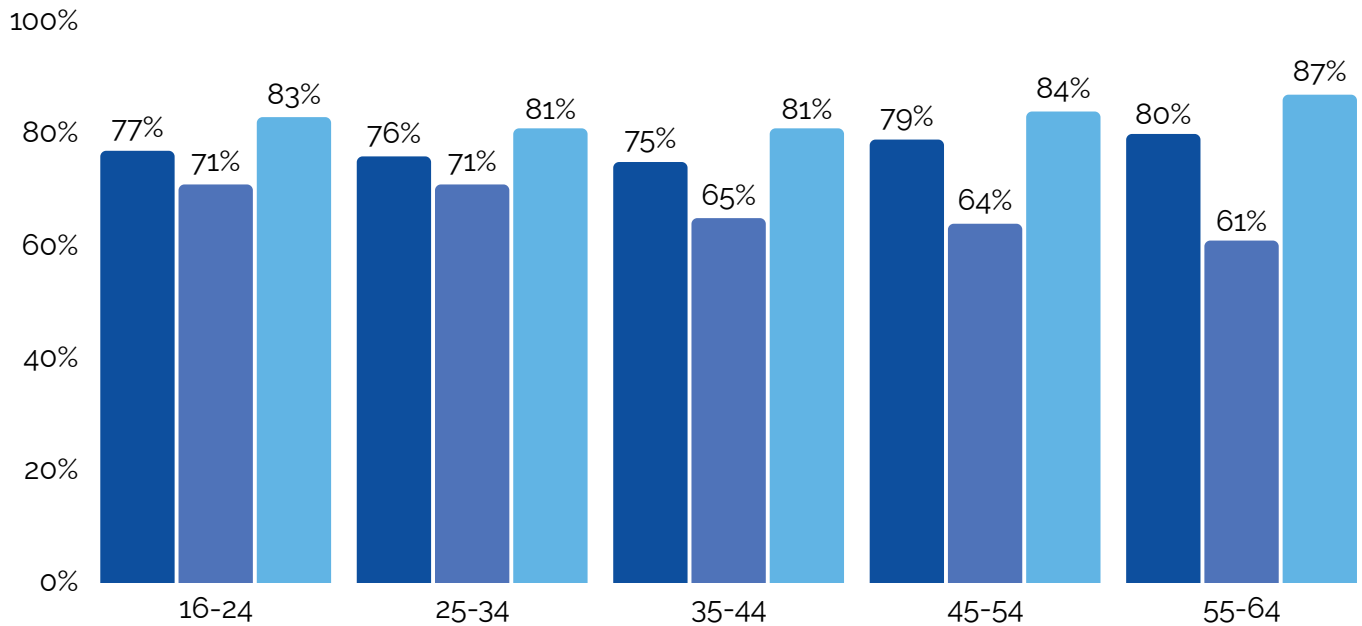
fattore determinante nell'utilizzo di TikTok, mentre per quanto riguarda la fruizione sulle piattaforme di streaming audio e video la quota sale al 73% per Spotify e al 74% per YouTube.



LA MUSICA CONTRIBUISCE AL BENESSERE DELLE PERSONE

La musica occupa uno spazio essenziale all'interno della vita delle persone. In particolare, per i consumatori italiani di tutte le generazioni l'ascolto di canzoni ha un impatto

positivo sul **benessere** e sulla **salute mentale**, nell'affermazione della propria **identità sociale e culturale** e **favorisce il relax, aiutando a combattere ansia e stress**.



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

FOCUS ON: SUPERFAN

Da consumatori a protagonisti dell'industria

I **superfan** sono gli appassionati di musica che interagiscono con i loro artisti preferiti attraverso più modalità: dall'**acquisto di musica fisica** e **merchandising** alla **partecipazione ai concerti**, passando per l'utilizzo di piattaforme **streaming** e **social**. In Italia rappresentano il 12% dei consumatori di musica e spendono in media 138€ al mese, pari al 142% in più rispetto al resto del pubblico. In particolare, i superfan spendono il 239% in più per l'acquisto di musica fisica e il 63% in più per partecipare a spettacoli di musica dal vivo rispetto alla media.



Spesa media mensile

138€

Spesa musica fisica

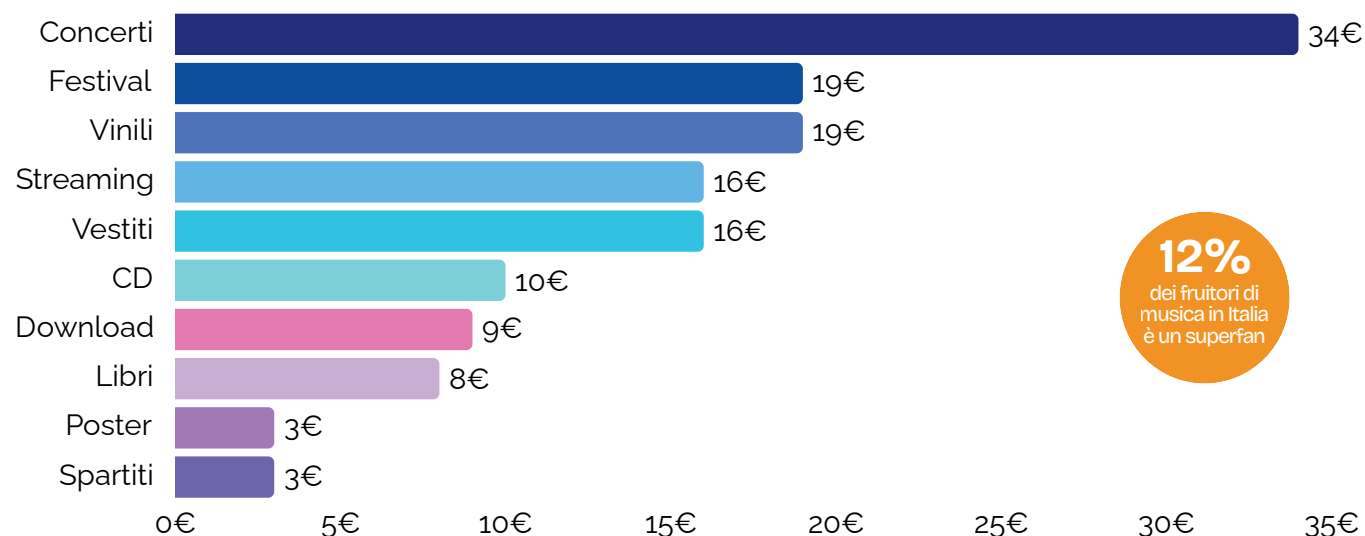
+239%

Spesa musica live

+63%

Spesa merch

+245%



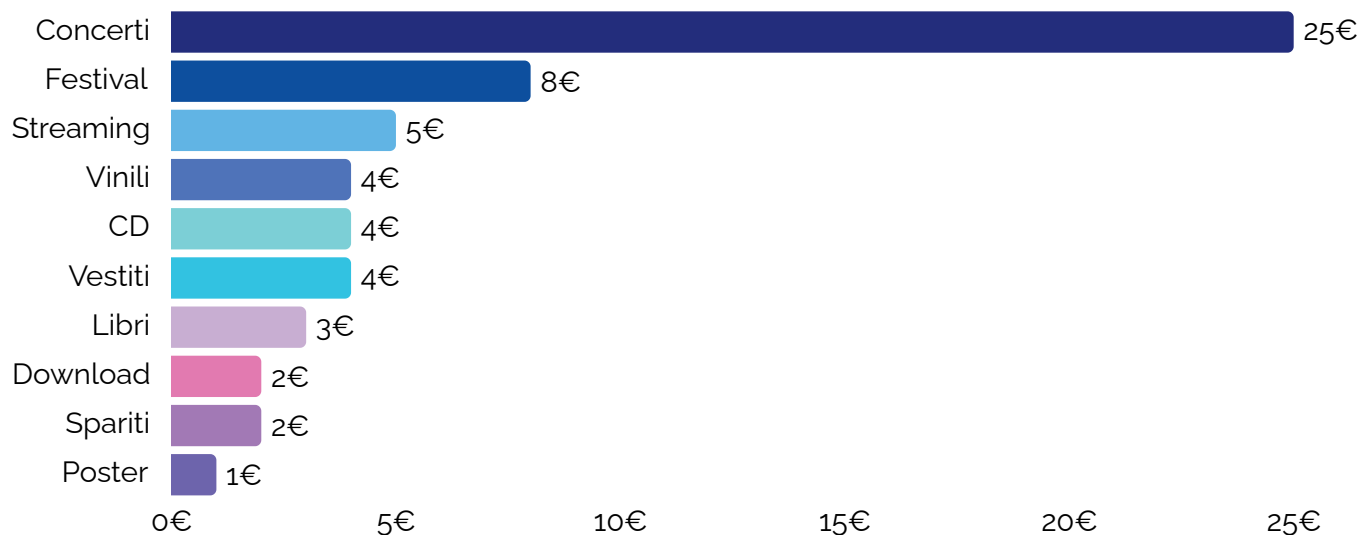
12%
dei fruitori di
musica in Italia
è un superfan

Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

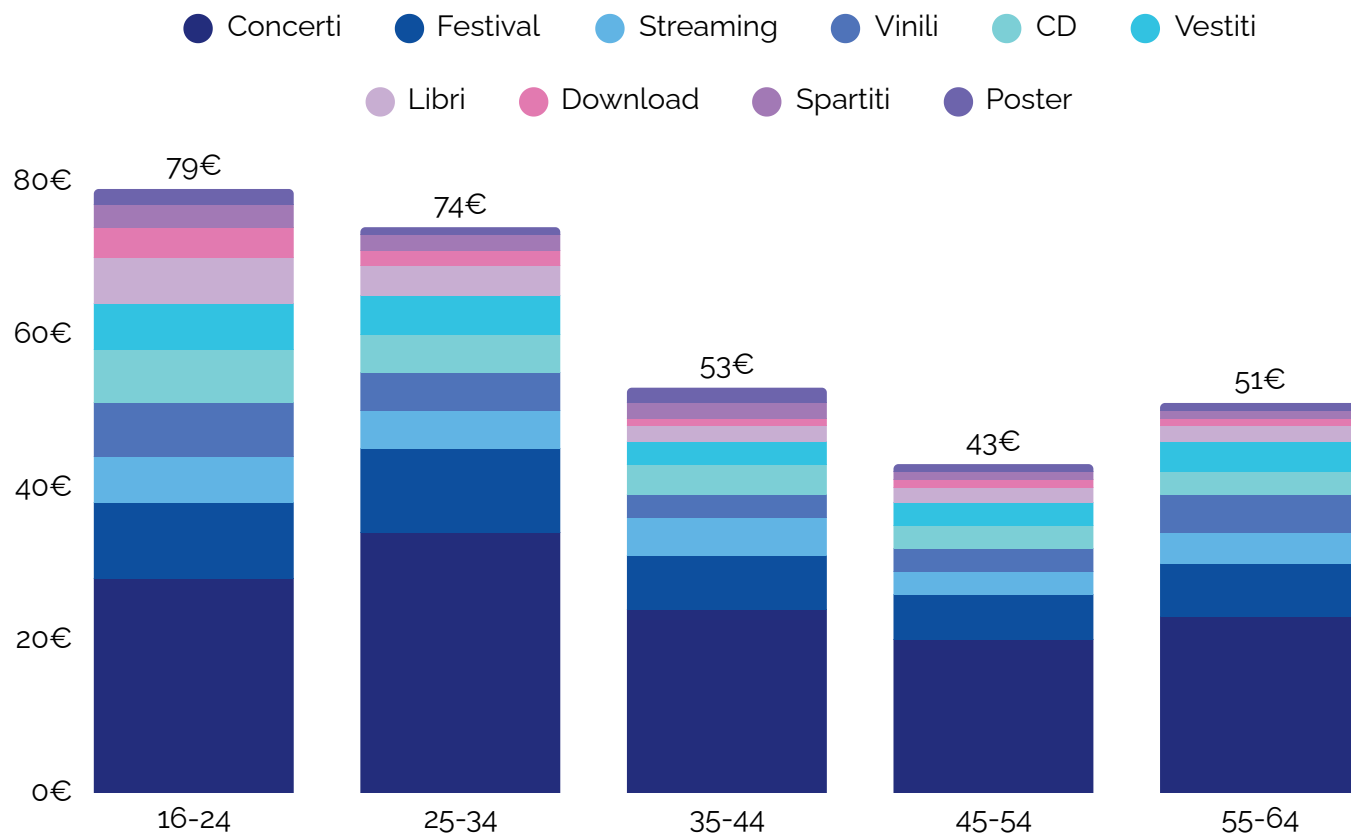
LA SPESA PER LA MUSICA IN ITALIA

In Italia i consumatori spendono in media **57€ al mese** per l'acquisto di prodotti musicali, come vinili, cd e abbonamenti streaming; esperienze, come concerti e festival; o articoli legati agli artisti, come libri, vestiti e poster. In generale, il

numero medio di attività musicali in cui si spendono soldi sono **2.5**. La fascia d'età che spende di più è quella compresa tra i 16 e i 24 anni, con una media di 79€ al mese, mentre spende di meno quella tra i 45 e 54 anni.



LA SPESA PER FASCE D'ETÀ



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

LA NUOVA CENTRALITÀ DEI SUPERFAN

Alessandro Massara

Presidente & CEO,
Universal Music Italia



A partire dal 2020 abbiamo investito con decisione nel Direct-to-Consumer, aprendo il nostro primo shop online e sviluppando una strategia coerente con la visione globale del Gruppo, adattata al mercato italiano. Non si è trattato solo di aprire un nuovo canale di vendita, ma dell'avvio di una nuova cultura aziendale: costruire una relazione diretta con i superfan dei nostri artisti. Abbiamo creato un team con competenze digitali specifiche, integrandole in un modello tradizionalmente B2B. Oggi il Direct-to-Consumer è parte integrante di ogni lancio frontline.

“

Dal 2024 il Direct-to-Consumer è diventato uno dei nostri principali canali commerciali. Non una sostituzione, ma un'evoluzione: un modello che rafforza l'ecosistema e mette al centro la relazione diretta tra artista e fan, oggi vero motore della crescita



Dal 2024 il Direct-to-Consumer è diventato uno dei nostri principali canali commerciali. Non una sostituzione, ma un'evoluzione: un modello che rafforza l'ecosistema e mette al centro la relazione diretta tra artista e fan, oggi vero motore della crescita.

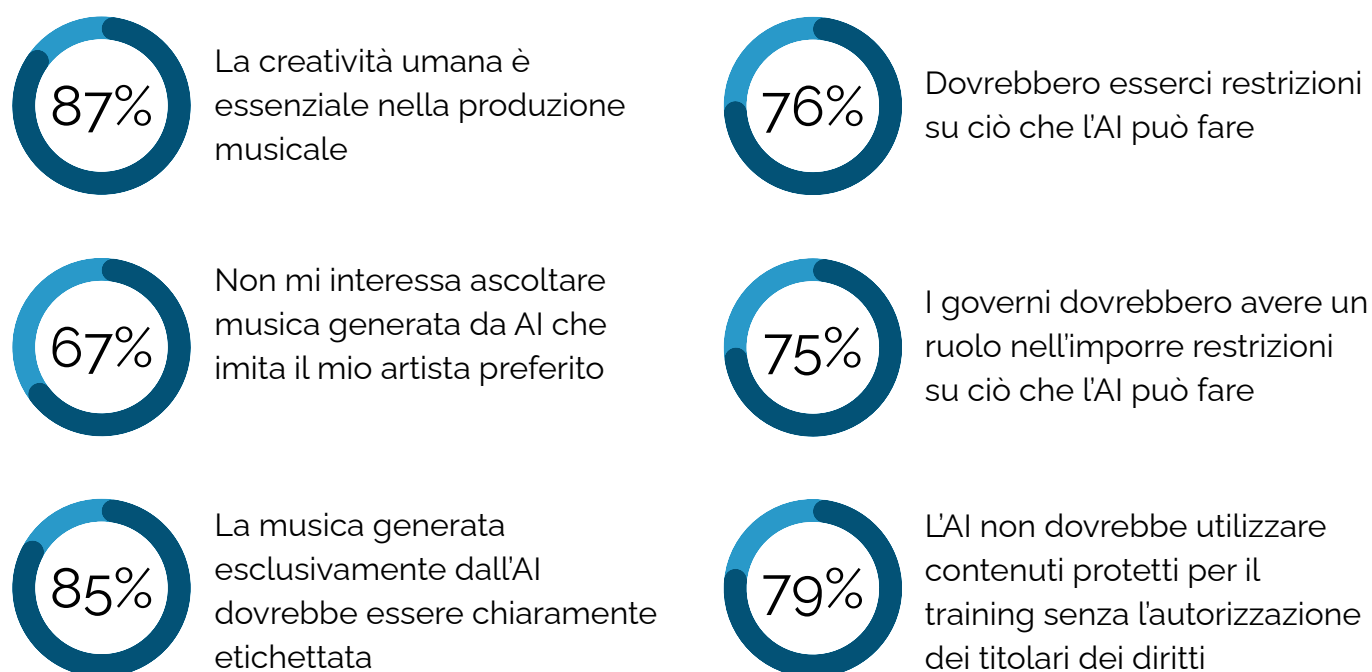
Quella dei superfan è una community coinvolta che cerca un rapporto più profondo con l'artista, attraverso edizioni limitate, prodotti esclusivi e contenuti dedicati. Un database proprietario e il controllo end-to-end della filiera ci permettono progetti su misura, con agilità e visione strategica in un mercato in continua evoluzione.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE E TUTELA DEI DIRITTI

Lo scenario

Con l'ingresso dell'intelligenza artificiale generativa, l'industria musicale è ufficialmente entrata nella **terza era digitale**. Dopo la prima rivoluzione del download e dello streaming e la seconda che ha visto protagonisti i social media, gli **accordi di licenza** tra le etichette musicali e le piattaforme di AI stanno ridisegnando il futuro del settore consentendo alle nuove tecnologie di operare in un mercato legale, etico e trasparente. Si tratta di un' incredibile opportunità di crescita, in cui i **diritti esclusivi** e i **principi di responsabilità e trasparenza** diventano i cardini per sviluppare prodotti affidabili, con benefici misurabili per artisti, autori e pubblico.

L'opinione dei consumatori di musica in Italia



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

I QUATTRO PRINCIPI GUIDA PER L'AI RESPONSABILE

Collaborazioni con etichette discografiche, distributori ed editori musicali

Sviluppare nuovi prodotti per artisti e fan attraverso accordi preventivi

Compenso equo e nuove fonti di reddito

Realizzare prodotti che generino nuove fonti di guadagno per titolari dei diritti, artisti e autori, garantendo che siano adeguatamente compensati per l'uso delle loro opere e accreditati in modo trasparente per i loro contributi

Libertà di partecipazione

Riconoscere che nella comunità artistica esistono opinioni diverse sull'uso degli strumenti musicali generativi. Per questo motivo, artisti e titolari dei diritti potranno scegliere se e come partecipare, affinché l'uso degli strumenti IA sia in linea con i valori delle persone che creano la musica

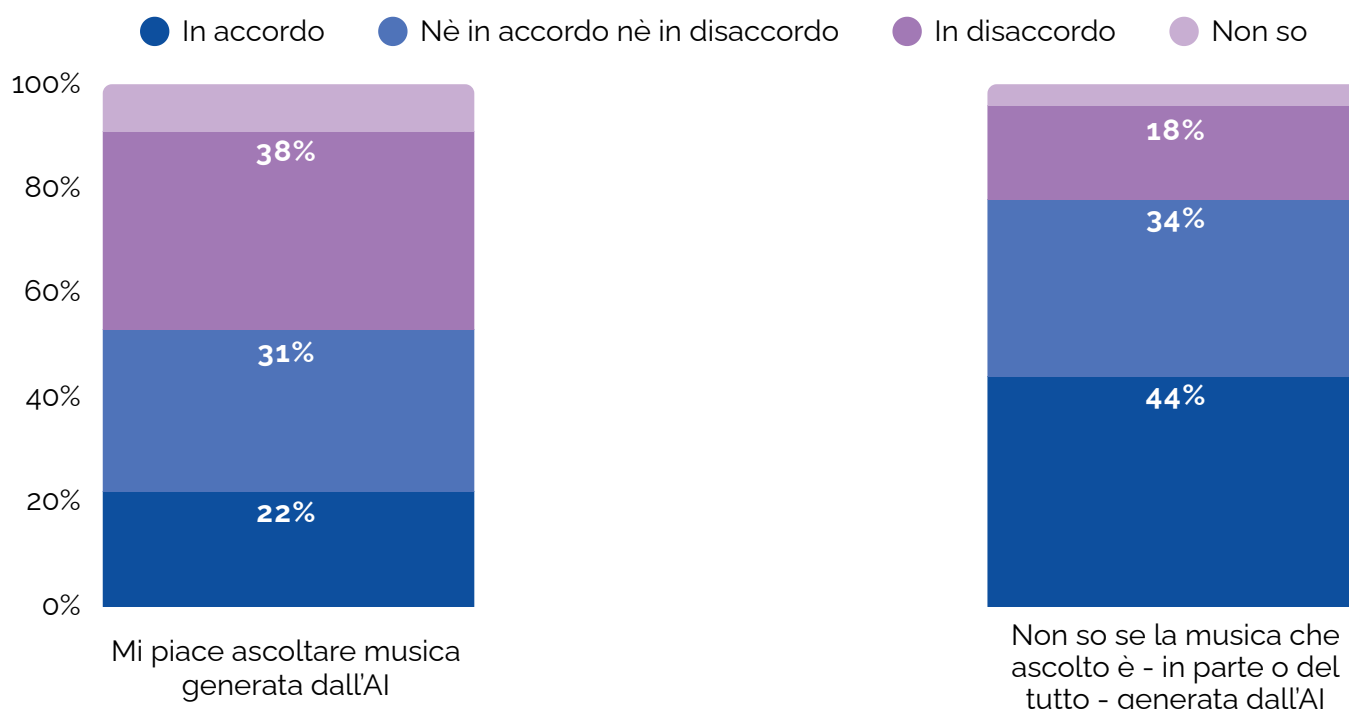
Connessione tra artista e fan

Gli strumenti di AI che saranno sviluppati non sostituiranno la creatività umana. Offriranno agli artisti nuovi modi per esprimersi e connettersi con i fan

L'ASCOLTO DI MUSICA GENERATA DALL'AI

Nello scenario globale il 97% delle persone dichiara di non essere in grado di distinguere se un brano è stato interamente creato tramite l'intelligenza artificiale generativa e oltre il 50% degli ascoltatori tra i 18 e i 44 anni fruisce per circa 3 ore a settimana di musica creata dall'AI.

In questo contesto, gli ascoltatori di musica in Italia si dichiarano poco interessati ad ascoltare musica generata dall'intelligenza artificiale, ma allo stesso tempo emerge la difficoltà nell'individuazione delle tracce realizzate dall'AI.



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

STAY TRUE TO THE ACT

La campagna IFPI *Stay True To The Act*, a cui hanno preso parte artisti provenienti dall'Unione Europea, è un appello ai responsabili politici dell'UE a rispettare l'intento originario dell'AI Act proteggendo i creatori di contenuti dall'uso incontrollato delle loro opere da parte di piattaforme di AI generativa.



Le richieste degli artisti dell'Unione Europea ai decisori politici:

Tutela del diritto d'autore e dell'innovazione

Per poter creare, gli artisti devono avere il diritto di mantenere il controllo su come viene utilizzato il loro lavoro ed essere remunerati per tale utilizzo

Trasparenza

I sistemi di AI che utilizzano opere creative devono essere trasparenti e rispettare le norme esistenti sul diritto d'autore

Opportunità

Garantire che la musica e l'intelligenza artificiale possano crescere insieme e prosperare all'interno dell'Unione Europea

AI GENERATIVA: ORA OCCORRE L'APPLICAZIONE DELLE REGOLE

Lodovico Benvenuti

Director of Multilateral Relations
and Regional Director Europe, IFPI



L'utilizzo, senza autorizzazione e senza compenso, di materiale protetto da copyright da parte di alcuni sistemi di AI generativa è una nuova forma di pirateria: un fenomeno che rischia di avere un impatto devastante sulla capacità dell'industria di sostenere gli investimenti in nuovi artisti, di valorizzare i cataloghi e di creare nuove opportunità di licenza.

La buona notizia è che le regole esistono. Grazie allo sforzo congiunto di IFPI e FIMI, e al coordinamento con altri settori culturali, il Parlamento europeo ha obbligato gli operatori di AI a rendere pubblici i contenuti utilizzati per l'addestramento dei sistemi di intelligenza artificiale.

“

Lo sforzo dell'industria di costruire un futuro sostenibile - sia per chi produce musica sia per gli attori tecnologici che mirano a uno sviluppo responsabile e umano-centrico dell'IA generativa - rischia di essere vanificato se il quadro normativo esistente non viene applicato in modo coerente ed efficace



Si tratta di un prerequisito fondamentale per l'esercizio del nostro diritto di autorizzare - o di non autorizzare - lo sfruttamento di contenuti protetti dal diritto d'autore.

Ma a due anni dall'approvazione dell'AI Act queste regole rischiano di rimanere lettera morta: un ritardo in parte dovuto alla resistenza di alcune componenti della commissione europea, timorose che il rispetto del diritto d'autore sia un ostacolo all'innovazione, trattandosi al contrario di un volano per la creazione di un mercato delle licenze libero ed efficiente, in cui tecnologia e creazione possono continuare a crescere insieme.

LE FRODI NELLO STREAMING: IL PROBLEMA

In uno scenario in cui **vengono create ogni giorno circa sette milioni di tracce tramite intelligenza artificiale**, di cui oltre **60.000 vengono immesse sul mercato**, le frodi nello streaming rappresentano una minaccia silenziosa che sottrae ricavi ad artisti, autori, editori e case discografiche. La pratica consiste nel caricare dei brani generati dall'AI sulle

piattaforme e utilizzare eserciti di bot per produrre ascolti artificiali, ricevendo dei compensi da questi stream ed erodendo di fatto il bacino totale dei ricavi spettante ai creatori legittimi. Con l'ascesa della Gen AI, questa pratica è stata industrializzata, consentendo la creazione di massa sia di contenuti artificiali sia di ascolti artificiali.

LE FRODI NELLO STREAMING: LE BEST PRACTICE DI IFPI

Per fermare le frodi su larga scala, le organizzazioni che dispongono dei dati, della leva finanziaria e della capacità di intervento per prevenire queste attività fraudolente (tra cui

servizi di streaming, aggregatori di contenuti e distributori) devono agire insieme applicando le seguenti **best practice** per individuare, bloccare ed escludere i truffatori che abusano del sistema.

Implementare una solida verifica dell'identità

I distributori devono sapere chi fornisce contenuti ai loro servizi e i fornitori di servizi digitali, devono verificare che gli account siano utilizzati da persone reali che interagiscono realmente con la musica e non da "bot"

Sfruttare i dati dell'ecosistema

I DSP hanno il vantaggio di poter osservare l'intero ecosistema e devono sfruttare questa visione d'insieme. Ciò significa utilizzare strumenti di alto livello per individuare, bloccare e mitigare in modo più efficace l'impatto di ascolti falsi e playlist sospette

Verificare rigorosamente i contenuti

I distributori devono adottare misure per verificare non solo l'identità dei loro clienti, ma anche la legittimità dei loro contenuti prima che vengano pubblicati. L'autenticità sia del cliente sia del contenuto dovrebbe essere controllata regolarmente

Condividere informazioni tra i player del settore

Quando un soggetto fraudolento viene identificato, non dovrebbe poter spostare la propria attività su un'altra piattaforma. I dati sui soggetti noti per comportamenti illeciti dovrebbero essere condivisi per impedire loro di eludere i controlli e ripetere le stesse azioni

LA TUTELA DEI CONTENUTI

La sfida più grande che il settore musicale dell'Unione Europea deve affrontare è la mancanza di un'efficace applicazione delle leggi esistenti. Le leggi sul diritto d'autore hanno l'obiettivo di proteggere i titolari dei diritti, ma senza un'attuazione rigorosa e strumenti efficaci per farle rispettare, non possono raggiungere il loro scopo. La pirateria mina il funzionamento del mercato e minaccia il sostentamento degli artisti. **L'UE deve garantire un'applicazione totale e coerente del quadro**

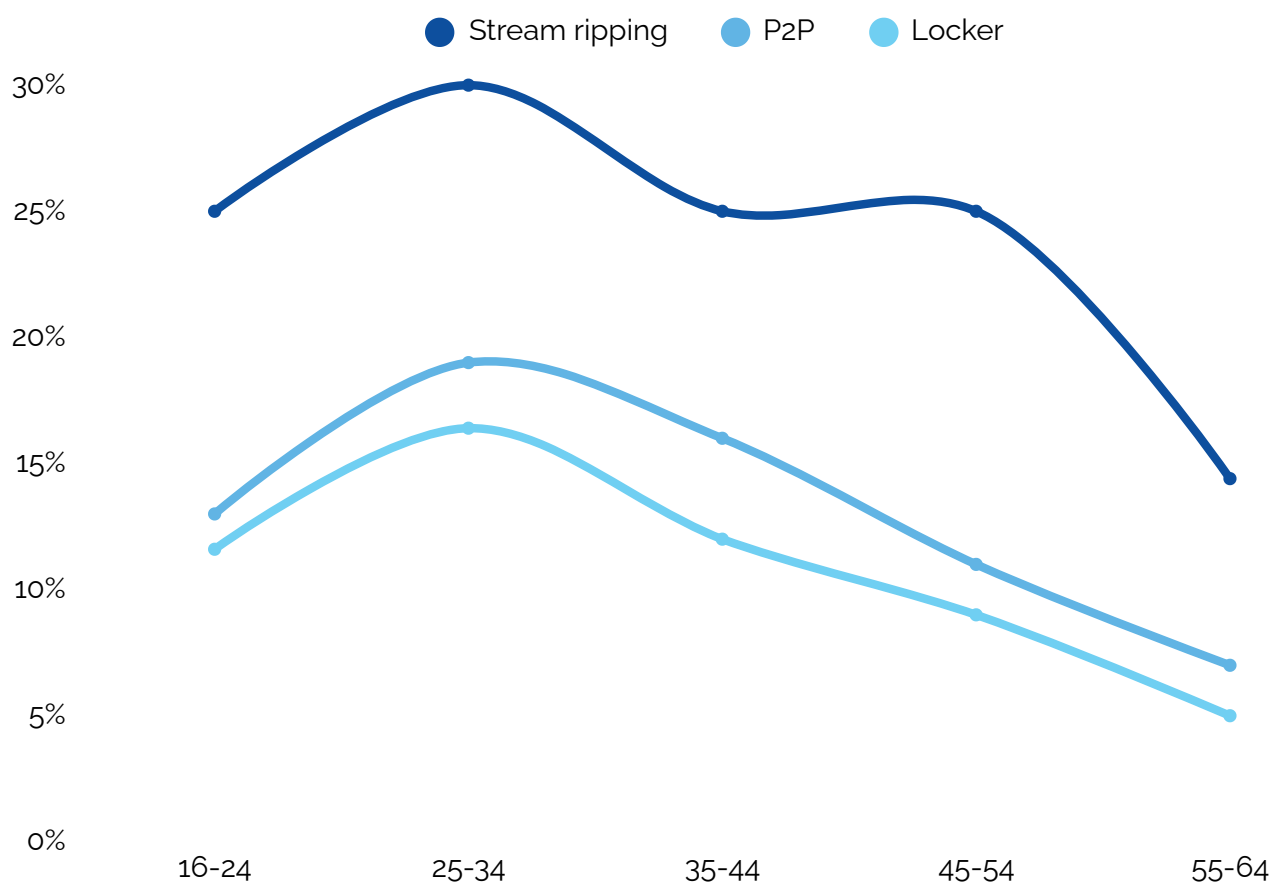
normativo in materia di enforcement, fornendo ai titolari dei diritti strumenti efficaci per prevenire l'uso illegale delle loro opere. Tali strumenti includono: ingiunzioni legali efficaci, sistemi di *notice and stay down* per i fornitori di hosting online (in modo che i contenuti illegali rimossi non compaiano di nuovo) e accesso a dati accurati provenienti dagli intermediari online, affinché i titolari dei diritti dispongano delle informazioni necessarie per agire contro chi viola il diritto d'autore.

LA PIRATERIA MUSICALE

In Italia si spendono in media **0.7 ore a settimana nella fruizione di contenuti musicali pirata**, pari al 3.2% del totale del tempo impiegato nell'ascolto di musica. La modalità più utilizzata è lo *stream ripping* (23.4%), che consente di scaricare musica da

YouTube, seguito dal peer to peer (12.7%) e dai locker (10.1%).

La fascia d'età più propensa al consumo di musica illegale è quella compresa tra i 25 e i 34 anni, di cui oltre il 30% dichiara di scaricare brani online tramite *stream ripping*.



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

TRENT'ANNI DI LOTTA AL SERVIZIO DELLA DISCOGRAFIA

Luca Vespignani

Segretario Generale, FPM
Amministratore delegato, DcP



FPM quest'anno compie i primi trent'anni di lotta a difesa del diritto d'autore al servizio della discografia, dalla battaglia contro le duplicazioni abusive di musicassette al contrasto alla masterizzazione di CD e DVD, arrivando alle sfide della pirateria digitale - dalle rudimentali diffusioni di mp3 fino all'irruzione dell'AI: un lungo periodo di radicali quanto repentine mutazioni del panorama di tutela, con la costante necessità di reinventare i modelli di intervento.

“

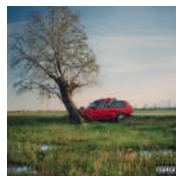
Grazie alla capacità di reinventare il suo approccio alla tutela dei contenuti, FPM è diventata punto di riferimento assoluto nel panorama nazionale e internazionale della difesa del diritto d'autore. Un percorso fatto di professionalità, innovazione e tecnologia culminato, nel 2026, con il riconoscimento della qualifica di Trusted Flagger per il DSA europeo

La parola chiave di questi trent'anni di FPM è stata proprio innovazione: nelle attività di protezione, nei rapporti con le istituzioni, negli strumenti adottati. L'industria musicale, prima fra quelle dell'intrattenimento, ha creduto fortemente nella tecnologia come strumento principe nella lotta alle violazioni, iniziando fin dai primi anni duemila a sviluppare suite informatiche e infrastrutture sempre più sofisticate (web scraping, machine learning e tecniche di NLP, image recognition, fingerprinting e intelligenza artificiale) e riuscendo, in molti casi, a colmare il gap che storicamente la divideva dai contraffattori.

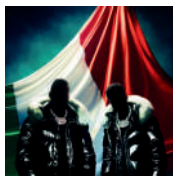


CLASSIFICHE E CERTIFICAZIONI

TOP 10 ALBUM 2025 | TOP OF THE MUSIC



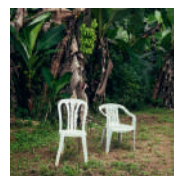
1.
TUTTA VITA
Olly



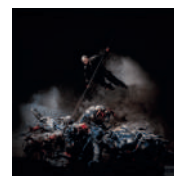
2.
SANTANA
MONEY GANG
Sfera Ebbasta & Shiva



3.
DIO LO SA
Geolier



4.
DEBÍ TIRAR
MÁS FOTOS
Bad Bunny



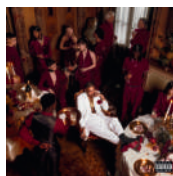
5.
LOCURA
Lazza



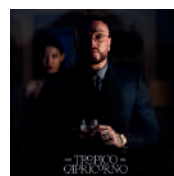
6.
È FINITA LA PACE
Marracash



7.
HELLO WORLD
Pinguini Tattici Nucleari



8.
LA BELLAVITA
Artie 5ive



9.
TROPICO DEL
CAPRICORNO
Guè



10.
I NOMI DEL
DIABOLO
Kid Yugi

TOP 10 SINGOLI 2025 | TOP OF THE MUSIC



1.
BALORDA NOSTALGIA
Olly



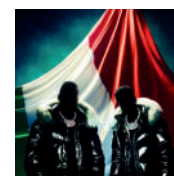
2.
LA CURA PER ME
Giorgia



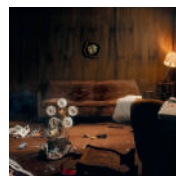
3.
INCOSCIENTI GIOVANI
Achille Lauro



4.
ORA CHE NON
HO PIÙ TE
Cesare Cremonini



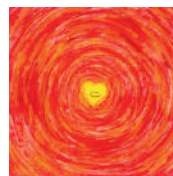
5.
NEON
Sfera Ebbasta
& Shiva



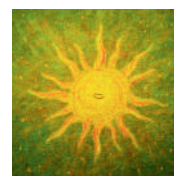
6.
PER DUE COME NOI
Olly, Angelina Mango
& Juli



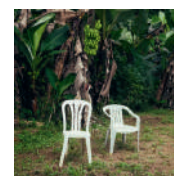
7.
LA PLENA
W Sound, Beéle
& Ovy on the drums



8.
IL FILO ROSSO
Alfa



9.
A ME MI PIACE
Alfa & Manu Chao



10.
DTMF
Bad Bunny

TOP 100 Album & Compilation: gli album su supporto fisico (es. CD, Vinili), in download e gli ascolti in streaming premium e ad-supported

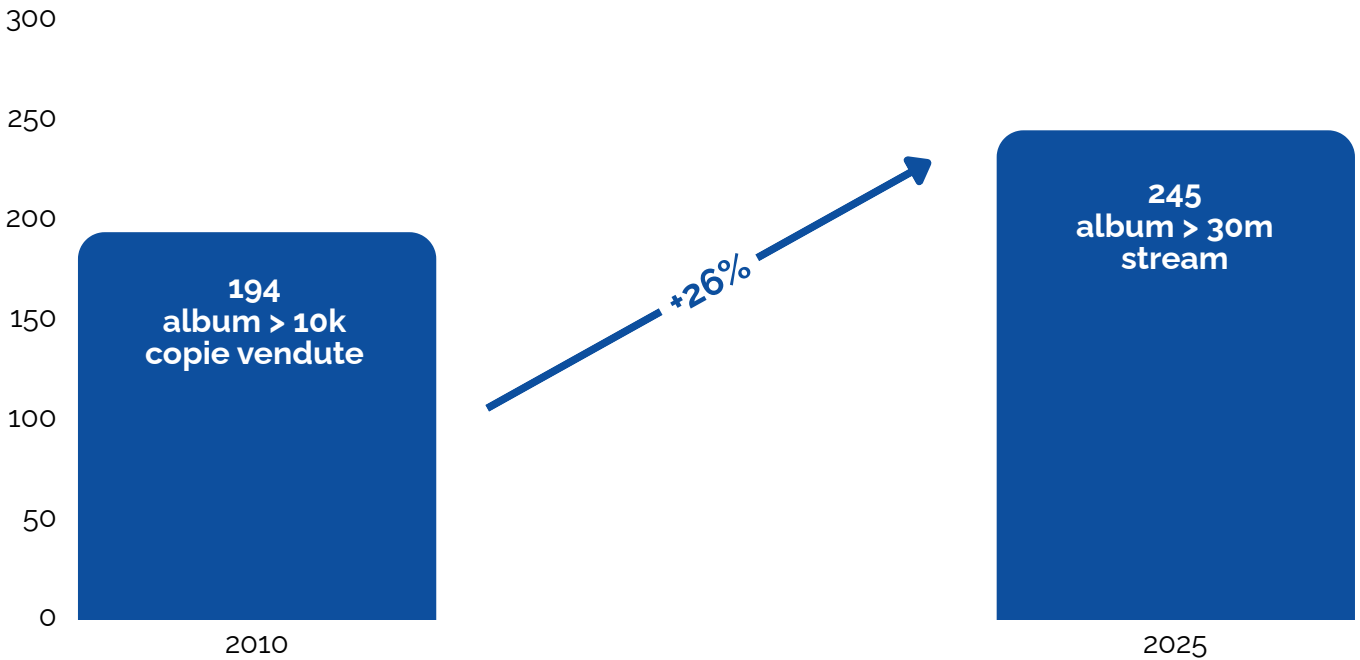
TOP 100 Singoli: le canzoni con il maggior numero di download e con il maggior numero di ascolti in streaming audio e video, premium e ad-supported

Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

IL SUCCESSO NELL'ERA DELLO STREAMING

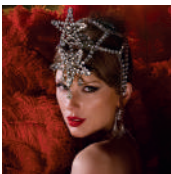
Nell'era dello streaming molti più artisti stanno raggiungendo il successo rispetto all'era dei CD. Nel **2010 solo 194 album avevano venduto più di 10.000 copie** (fisico + download), mentre nel

2025 ben 245 album hanno superato l'equivalente soglia dei **30 milioni di stream** (premium e ad-supported).



Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

TOP 10 GLOBAL ARTIST CHART 2025 | IFPI



1.
TAYLOR SWIFT



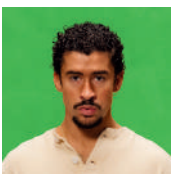
2.
STRAY KIDS



3.
DRAKE



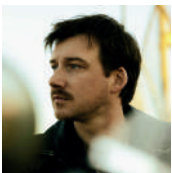
4.
THE WEEKND



5.
BAD BUNNY



6.
KENDRICK LAMAR



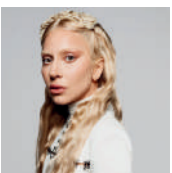
7.
MORGAN WALLEN



8.
SABRINA CARPENTER



9.
BILLIE EILISH



10.
LADY GAGA

IFPI Global Artist Chart: include il consumo dell'intero catalogo di un artista in tutti i formati - vendite di album fisici, download e streaming premium e ad-supported - elaborati secondo una rigorosa metodologia basata sull'economia relativa di ciascun formato in ogni regione a livello globale

Fonte: IFPI

TOP 10 GLOBAL ALBUM CHART 2025 | IFPI



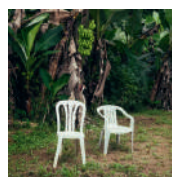
1.
THE LIFE OF A SHOWGIRL
Taylor Swift



2.
I'M THE PROBLEM
Morgan Wallen



3.
KPOP DEMON HUNTERS
KPop Demon Hunters



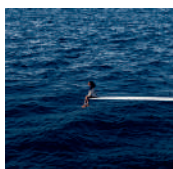
4.
DEBÍ TIRAR MÁS
Bad Bunny



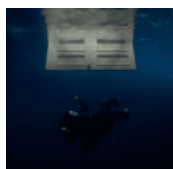
5.
SHORT N' SWEET
Sabrina Carpenter



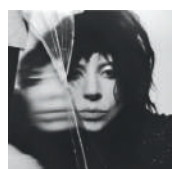
6.
KARMA
Stray Kids



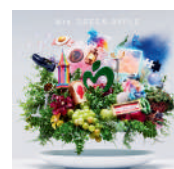
7.
SOS
SZA



8.
HIT ME HARD AND SOFT
Billie Eilish

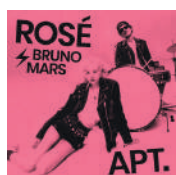


9.
MAYHEM
Lady Gaga

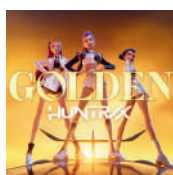


10.
10
Mrs. Green Apple

TOP 10 GLOBAL SINGLE CHART 2025 | IFPI



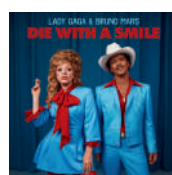
1.
APT.
Rosé & Bruno Mars



2.
GOLDEN
Huntr/x



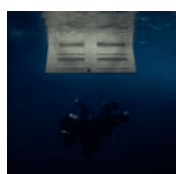
3.
ORDINARY
Alex Warren



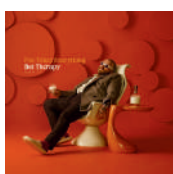
4.
DIE WITH A SMILE
Lady Gaga, Bruno Mars



5.
BEAUTIFUL THINGS
Benson Boone



6.
BIRDS OF A FEATHER
Billie Eilish



7.
LOSE CONTROL
Teddy Swims



8.
LUTHER
Kendrick Lamar, SZA



9.
THAT'S SO TRUE
Gracie Abrams



10.
NOT LIKE US
Kendrick Lamar

IFPI Global Album Chart: include il consumo di un album in tutti i formati - vendite di album fisici, download e streaming premium e ad-supported - elaborati secondo una rigorosa metodologia basata sull'economia relativa di ogni formato in ogni regione a livello globale

IFPI Global Single Chart: include il consumo di una traccia (inclusi remix e versioni alternative) e considera i download e lo streaming sia ad-supported che a pagamento, tradotti in unità secondo una rigorosa metodologia basata sull'economia relativa di ciascun formato in ogni regione a livello globale

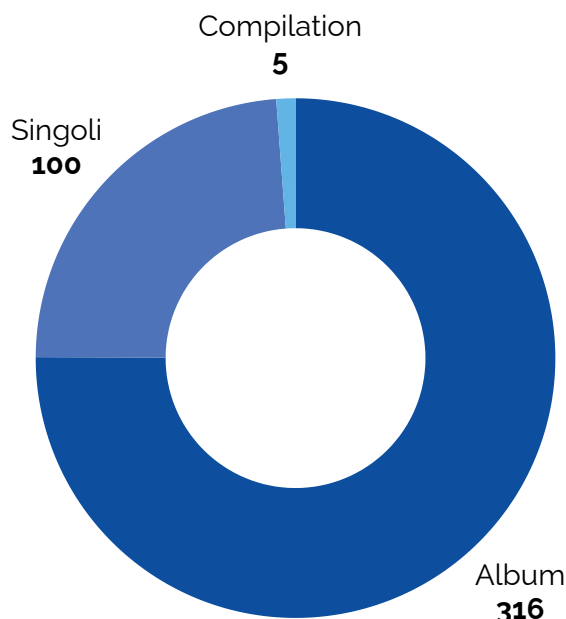
Fonte: IFPI

LE CERTIFICAZIONI E ALTRI RECORD

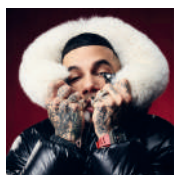
Il 2025 ha registrato un totale di **421 certificazioni attribuite**, suddivise tra 316 album, 5 compilation e 100 singoli: il calo rispetto alle 1749 certificazioni assegnate nel 2024 è dovuto alla revisione delle soglie dei Singoli, che sono state raddoppiate per continuare a riflettere l'evoluzione del mercato musicale italiano e l'aumento dei consumi digitali.

Nel corso del 2025 **24 album hanno mantenuto una presenza continuativa nella Top 100 per tutte le 52 settimane dell'anno** e ben 4 artisti - Marracash, Pinguini Tattici Nucleari, Sfera Ebbasta e Tony Boy - hanno registrato la **presenza contemporanea di 5 album in classifica nella stessa settimana**.

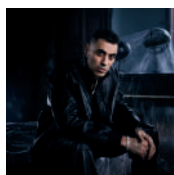
Negli ultimi dieci anni **l'età media degli artisti in Top 10 Album è scesa da 35 a 31 anni**, a testimonianza di una scena musicale che si rinnova e guarda sempre più al futuro.



TOP 10 ARTISTI PIÙ CERTIFICATI NEL 2025 | FIMI AWARDS



1.
SFERA EBBASTA
22 platini
4 ori



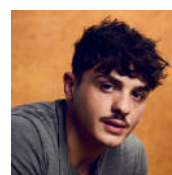
2.
MARRACASH
22 platini
3 ori



3.
PINGUINI TATTICI NUCLEARI
22 platini
2 ori



4.
GEOLIER
17 platini
4 ori



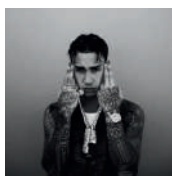
5.
OLLY
15 platini
3 ori



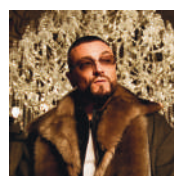
6.
LAZZA
13 platini



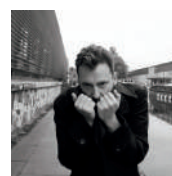
7.
PINK FLOYD
12 platini



8.
CAPO PLAZA
11 platini
1 oro



9.
GUÈ
10 platini
4 ori



10.
CESARE CREMONINI
10 platini
1 oro

Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

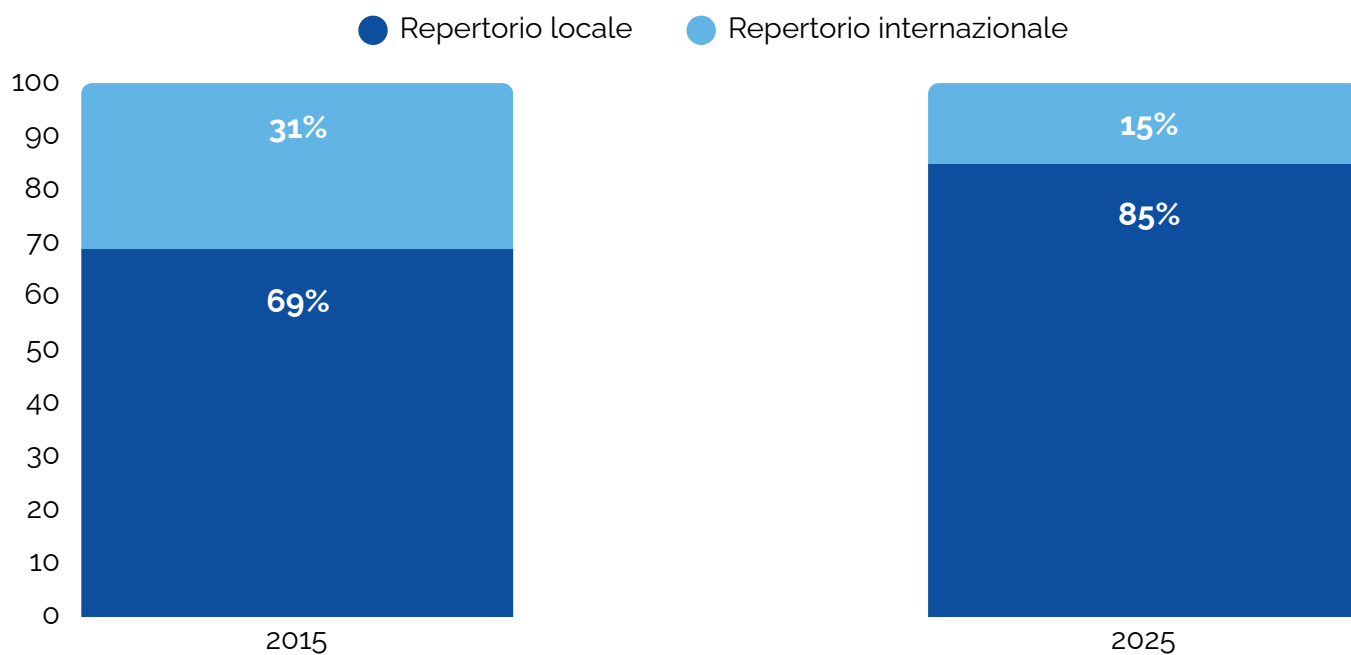
FOCUS ON: REPERTORIO LOCALE

Il fenomeno della glocalizzazione

Grazie alle **nuove modalità di fruizione musicale** e agli **investimenti delle case discografiche** nella ricerca e sviluppo di giovani talenti italiani, negli ultimi anni il **repertorio locale ha dominato i consumi di musica**, arrivando a rappresentare nel 2025 l'**85%** della Top 100 Album annuale: questo fenomeno in letteratura ha il nome di **glocalizzazione**. Contrariamente al concetto di globalizzazione, dove spesso i mercati internazionali tendono a dominare quelli locali, in Italia - e più in generale in Europa - si sta assistendo alla crescita dei mercati nel rispetto della loro **identità nazionale e culturale**.



Top 100 Album annuale



Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

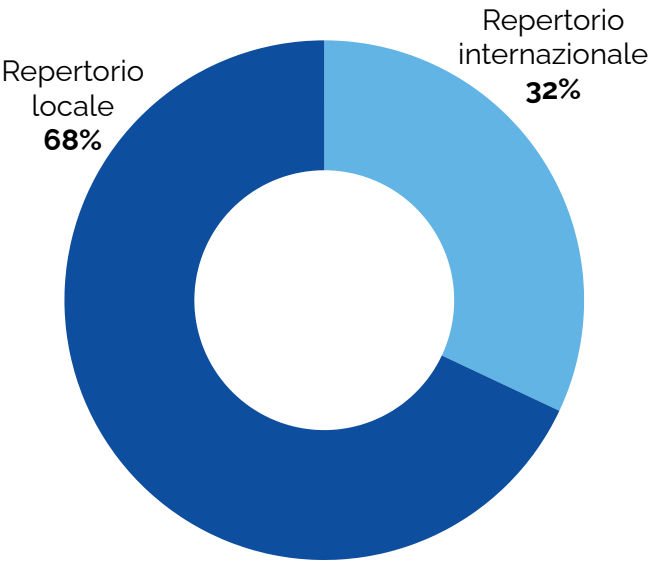
IL REPERTORIO LOCALE NELLA TOP 1000 SINGOLI

Il dominio del **repertorio locale** è evidente anche nella **Top 1000 Singoli** del 2025 (streaming audio, streaming video, download), con il **68%** della classifica occupata **da brani di**

artisti italiani: si tratta di un trend ormai stabile nel mercato discografico italiano che conferma e migliora le performance del repertorio locale del 2023 (62%) e del 2024 (67%).

Nello sviluppo artistico la logica di breve termine può sembrare premiante all'inizio, ma siamo convinti non lo sia sul lungo periodo. Lottare sulle quote di mercato non è mai stata la nostra battaglia: lo è semmai costruire valore sostenibile e duraturo, aiutando gli artisti a pianificare al meglio il proprio percorso, stando al loro fianco quando ne hanno bisogno davvero. Il punto infatti è sapersi adattare alle reali esigenze di un progetto, consci della sua unicità e di dove noi realmente possiamo – e dobbiamo – fare la differenza.

 Sara Pedroni, Managing Director Believe Italia

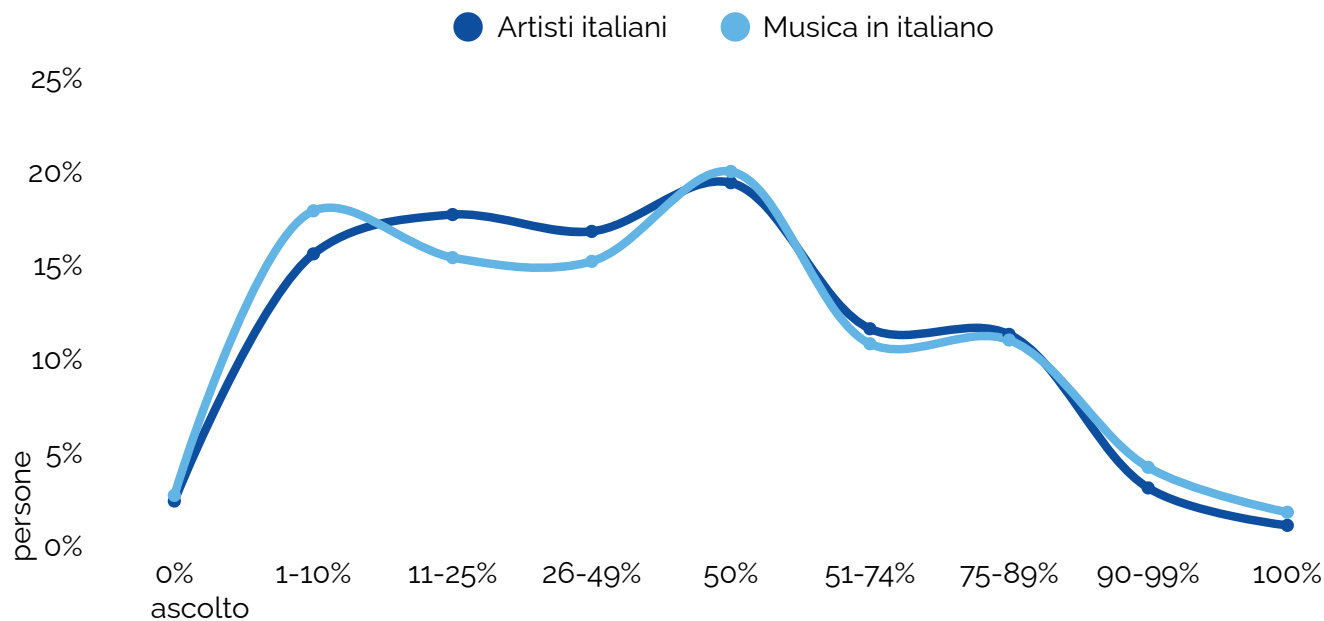


Fonte: Top of the Music FIMI/NIQ

L'ASCOLTO DI MUSICA ITALIANA

Il 50% degli italiani dichiara di ascoltare musica proveniente da artisti del proprio Paese: si tratta del secondo miglior risultato in Europa, dopo la Francia.

La quota di superfan di musica locale, ossia coloro che dichiarano di ascoltare principalmente musica o artisti italiani, è pari al 28%.



Fonte: Music Engagement Study 2026
Sparks of Fire Consulting per FIMI

IL MERCATO GLOBALE

Lo scenario

Il **mercato discografico globale cresce del 6.4% nel 2025**, raggiungendo i 31.7 miliardi di dollari. L'aumento dei ricavi si registra in tutte le regioni: la miglior performance è dell'America Latina (+17.1%), mentre l'Europa cresce del 5.6%, confermandosi la seconda miglior regione dopo il Nord America.

La **crescita dei ricavi è guidata ancora una volta dai servizi di streaming**, che si confermano il motore principale dello sviluppo del mercato.



Totale mercato
+6.4%



Streaming
+7.7%



Fisico
+8.0%



Diritti connessi
+0.3%



Sincronizzazioni
-2.0%



Totale ricavi
\$31.7 mld



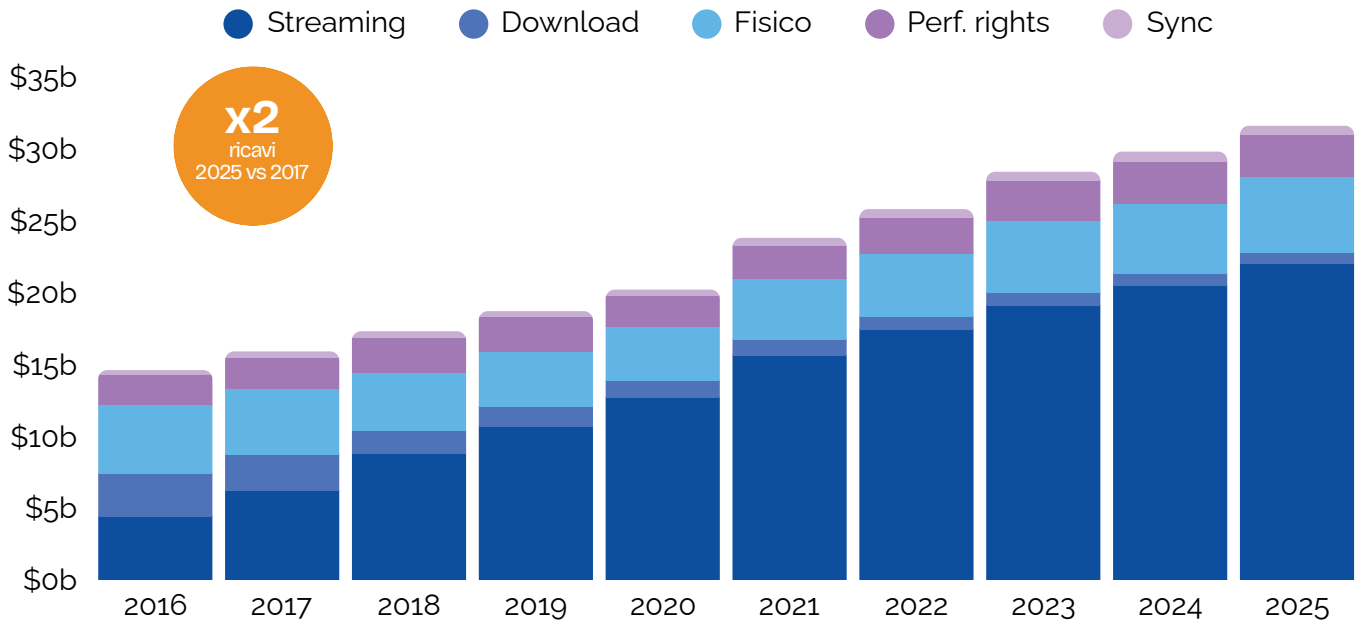
Fonte: IFPI

L'EVOLUZIONE DEL SETTORE

Nel 2025 il mercato discografico globale è cresciuto per l'undicesimo anno consecutivo.

La fonte principale dei ricavi è lo streaming in abbonamento, che ha registrato una crescita

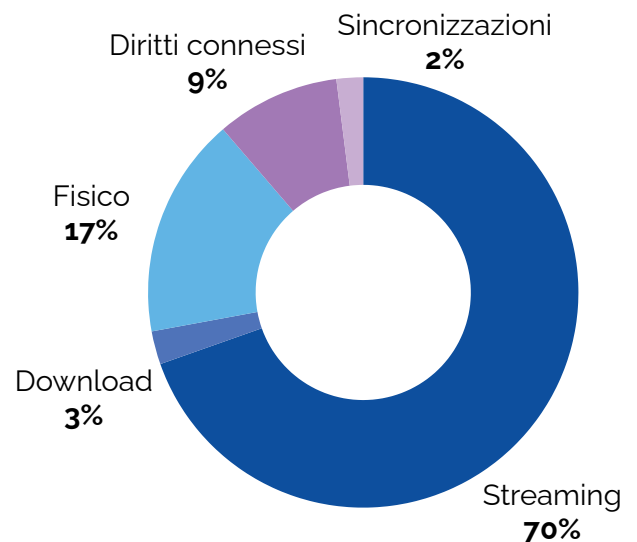
dell'8.8% rappresentando il 52.4% del totale dei ricavi. A livello internazionale gli utenti che hanno sottoscritto un abbonamento a un servizio di streaming musicale sono 837 milioni.



I TREND DEL MERCATO

A livello globale, 57 mercati su 58 del circuito IFPI hanno registrato un aumento dei ricavi nel 2025. In particolare, quest'anno tutti i primi dieci mercati mondiali hanno segnato una crescita, mentre nel 2024 solo otto erano riusciti a registrare un incremento.

La crescita non si è limitata al formato streaming, che per la prima volta ha superato i 22 miliardi di dollari, ma ha riguardato anche il formato fisico, che per la seconda volta nella storia ha registrato un aumento superiore rispetto al digitale. I ricavi del fisico sono rimbalzati dopo il calo del 2024, trainati dalla crescita del più grande mercato mondiale dei formati fisici, il Giappone, oltre alle solide performance registrate in diversi altri mercati globali, tra cui l'Italia.



Fonte: IFPI

INNOVARE, EVOLVERSI E FAR PROSPERARE LA MUSICA

Victoria Oakley
CEO, IFPI



I nuovi dati sul mercato globale descrivono un'industria che ha saputo abbracciare con successo il futuro e continua a spingersi oltre. Un'industria che unisce il potere senza tempo di connettere i fan con gli artisti, accogliendo al contempo pratiche innovative e nuove tecnologie. È un approccio che ha portato all'undicesimo anno consecutivo di crescita, oltre che al successo creativo e commerciale degli artisti, sostenuto dagli investimenti e dalla visione strategica delle case discografiche.

“

La musica coinvolge sempre più persone attraverso lo streaming a pagamento, oggi il principale motore dei ricavi del mercato. Questa crescita proviene da una gamma sempre più ampia di mercati e il reinvestimento a livello locale consente agli artisti di partecipare alla storia globale della musica. Allo stesso tempo, le comunità musicali locali si stanno rafforzando, favorendo l'emergere di artisti nazionali in grado di costruire fan base autentiche, sia nei propri Paesi sia sui mercati internazionali



La musica crea posti di lavoro e genera crescita economica, favorisce le esportazioni e rafforza il soft power. La nostra storia è fatta di adattamento e il nostro approccio alle nuove tecnologie di Gen AI non è diverso. Le case discografiche stanno dialogando e collaborando con gli sviluppatori di AI generativa che rispettano i diritti dei creatori, esplorando come la tecnologia possa essere utilizzata per sostenere e valorizzare la creatività, non per sostituirla. Questi sforzi si basano su un principio chiaro: l'utilizzo di musica protetta da copyright da parte dei sistemi di AI deve essere autorizzato dai titolari dei diritti. L'industria globale deve continuare a lavorare insieme per garantire che lo sviluppo tecnologico avvenga nel rispetto e nella valorizzazione della musica.

LE SFIDE DEL 2026: MANIFESTO PROGRAMMATICO

Riconoscere il valore della musica

1



La musica ha sempre avuto un profondo valore culturale ed economico e le politiche pubbliche devono garantire che questo valore sia riconosciuto e tutelato. Chiunque intenda utilizzare musica protetta da diritto d'autore sulla propria piattaforma o come parte del proprio servizio deve ottenere il permesso dal titolare dei diritti

Sostenere un mercato competitivo

2



Il mercato musicale è più competitivo che mai: gli artisti hanno libertà di scelta su come creare e distribuire la musica, beneficiando di una quota sempre maggiore di ricavi. I decisori politici dovrebbero proteggere questo mercato, fondato sulla possibilità di sviluppare partnership commerciali basate su diritti esclusivi e certezza giuridica, senza interferenze

Garantire che AI e creatività crescano e prosperino insieme

3



L'uso dell'AI presenta sia nuove opportunità sia sfide urgenti: l'attenzione deve concentrarsi sul garantire che gli sviluppatori di AI rispettino il diritto d'autore, gli obblighi di trasparenza e operino all'interno di un quadro giuridico chiaro

Proteggere e tutelare la musica degli artisti

4



La pirateria persiste ancora oggi, con nuove tecnologie utilizzate per fruire di musica illegalmente: per affrontare il problema, è necessario disporre di leggi adeguate che consentano ai titolari dei diritti di accedere a strumenti adeguati, garantendo interventi rapidi ed efficaci quando le loro opere vengono utilizzate senza autorizzazione

Rafforzare il diritto d'autore

5



Un solido quadro di tutela del diritto d'autore protegge la diversità culturale, favorendo la crescita economica e lo sviluppo sostenibile dei mercati. Adottando un'efficace protezione del copyright, insieme ai principi di trasparenza ed equità, si può garantire che i settori creativi rimangano dinamici, diversificati e attrattivi per i talenti e gli investimenti internazionali

Fonte: Policy manifesto, IFPI

IL MERCATO DISCOGRAFICO ITALIANO

Il report FIMI sul mercato della musica registrata del 2025: i dati di mercato, l'analisi dei consumi, i numeri dell'export, il focus su classifiche e certificazioni, l'importanza della tutela dei contenuti dell'era dell'intelligenza artificiale, le sfide del 2026 e le testimonianze dei vertici del settore.



IL MERCATO DISCOGRAFICO ITALIANO



REPORT FIMI 2026

Fimj

**INQUADRA IL QR CODE
E SCARICA IL REPORT**





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.