

*ifpi*

**Fimj** FEDERAZIONE  
INDUSTRIA  
MUSICALE  
ITALIANA

# CONNECTING WITH MUSIC

**IL CONSUMO DI MUSICA**

SETTEMBRE 2017

ESTRATTO DATI ITALIA

# INTRODUZIONE

I CONSUMATORI DI MUSICA NEL MONDO  
STANNO ACCOGLIENDO I TANTI MODI CON  
I QUALI POSSONO ASCOLTARE ED  
INTERAGIRE CON LA MUSICA.

**FRANCES MOORE, CEO, IFPI**

## MUSIC CONSUMER INSIGHT REPORT - 2017

Questo report fornisce una fotografia di come i fan nel mondo sono legati e collegati alla musica.

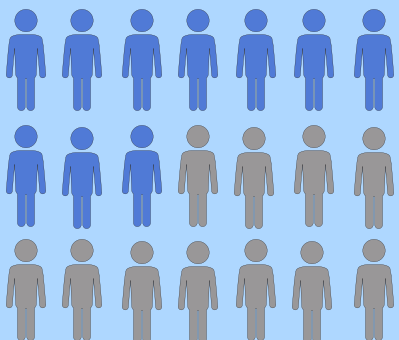
La natura di questo legame continua a crescere e ad evolversi, riflettendo l'incredibile ricchezza e le tante opportunità che oggi hanno gli ascoltatori, data la possibilità di accedere ai contenuti musicali in numerosi modi, ovunque vogliano ed in qualunque momento.

Le case discografiche comprendono che al cuore di questo legame c'è la musica. Qualcosa in cui continuano a credere, investire, sviluppare e proteggere.

**FRANCES MOORE, CEO, IFPI**

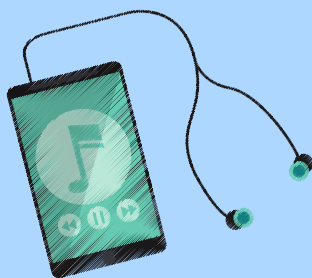
# IL CONSUMO DI MUSICA NEL 2017

LE PIATTAFORME DI VIDEO STREAMING RAGGIUNGONO PIÙ DELLA METÀ DEL TEMPO PASSATO AD ASCOLTARE LA MUSICA ON-DEMAND



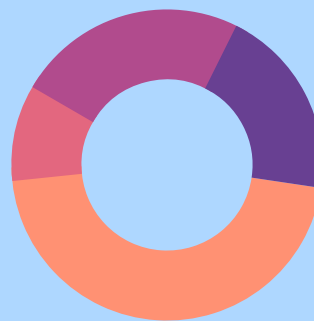
46%

ASCOLTA MUSICA LEGALE AUDIO STREAMING



90%

ASCOLTA MUSICA IN STREAMING ATTRAVERSO UNO SMARTPHONE



58% | VIDEO STREAMING



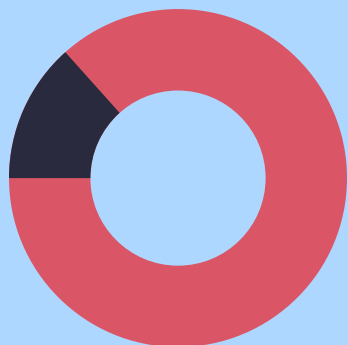
12% | PAID AUDIO STREAMING



29% | FREE AUDIO STREAMING

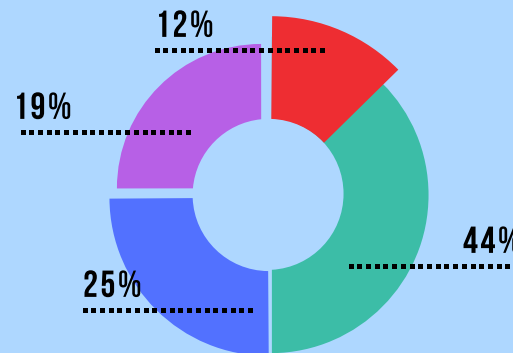
46%  
YOUTUBE

I SERVIZI USER UPLOAD SONO LA FORMA DI VIDEO STREAMING PIÙ DIFFUSA: TUTTAVIA NON RENDONO UN VALORE EQUO ALLA COMUNITÀ MUSICALE



77%

DELLA FASCIA 13-15 ANNI ASCOLTA MUSICA IN STREAMING (AUDIO E VIDEO)



TEMPO DEDICATO AL CONSUMO DI MUSICA

● RADIO

● MUSICA ACQUISTATA

● AUDIO STREAMING

● VIDEO STREAMING

19%

12%

25%

44%

# IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



98% DEGLI UTENTI ATTIVI ONLINE CONSUMA MUSICA IN LICENZA



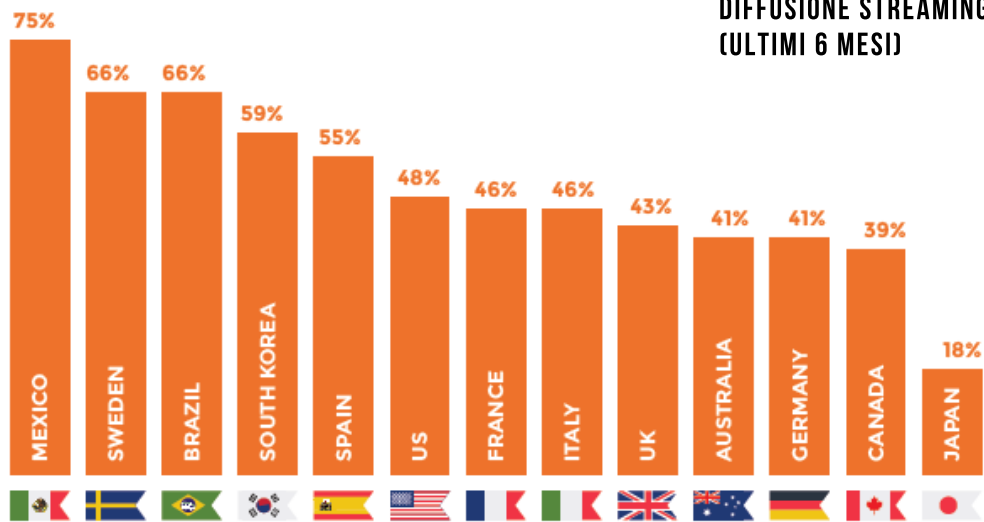
46% HA PAGATO PER LA MUSICA NEGLI ULTIMI SEI MESI



46% ASCOLTA MUSICA LEGALE AUDIO STREAMING

(40% NEL 2016)

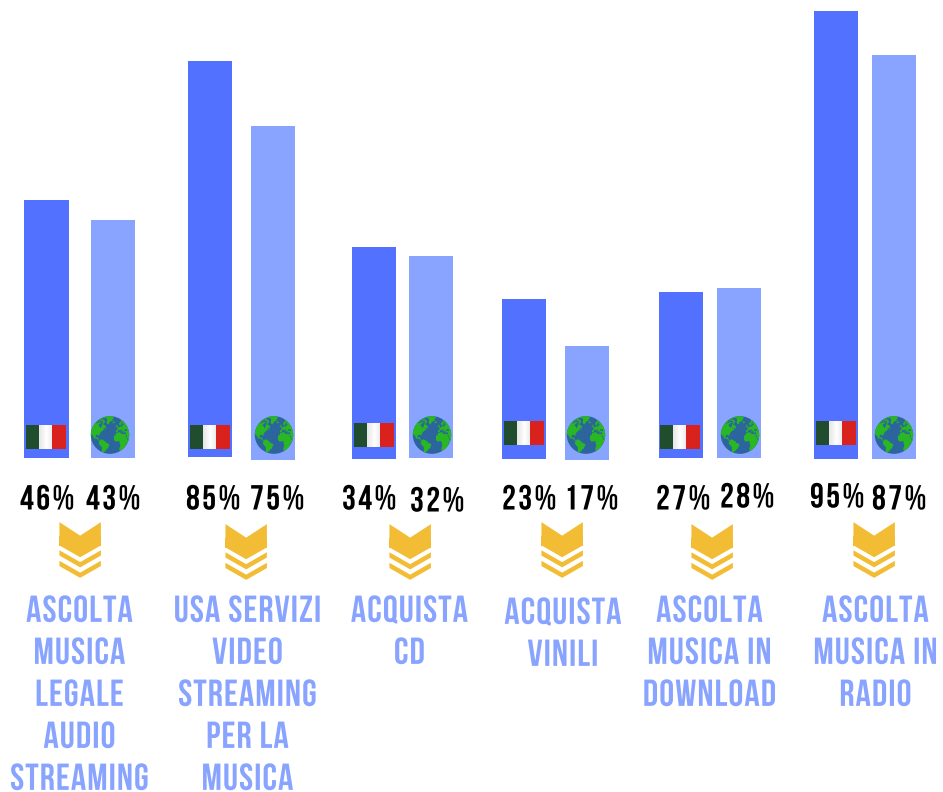
DIFFUSIONE STREAMING (ULTIMI 6 MESI)



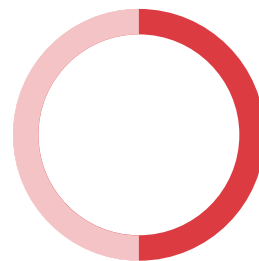
SEMPRE PIÙ UTENTI SONO COINVOLTI DALL'ASCOLTO DI MUSICA

# METODI DI ASCOLTO

## METODI DI ASCOLTO A CONFRONTO

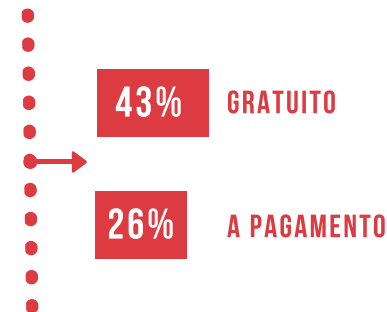


IN MEDIA, GLI UTENTI ASCOLTANO LA MUSICA ATTRAVERSO 4 MODALITÀ DIFFERENTI



46%

ASCOLTA MUSICA LEGALE AUDIO STREAMING

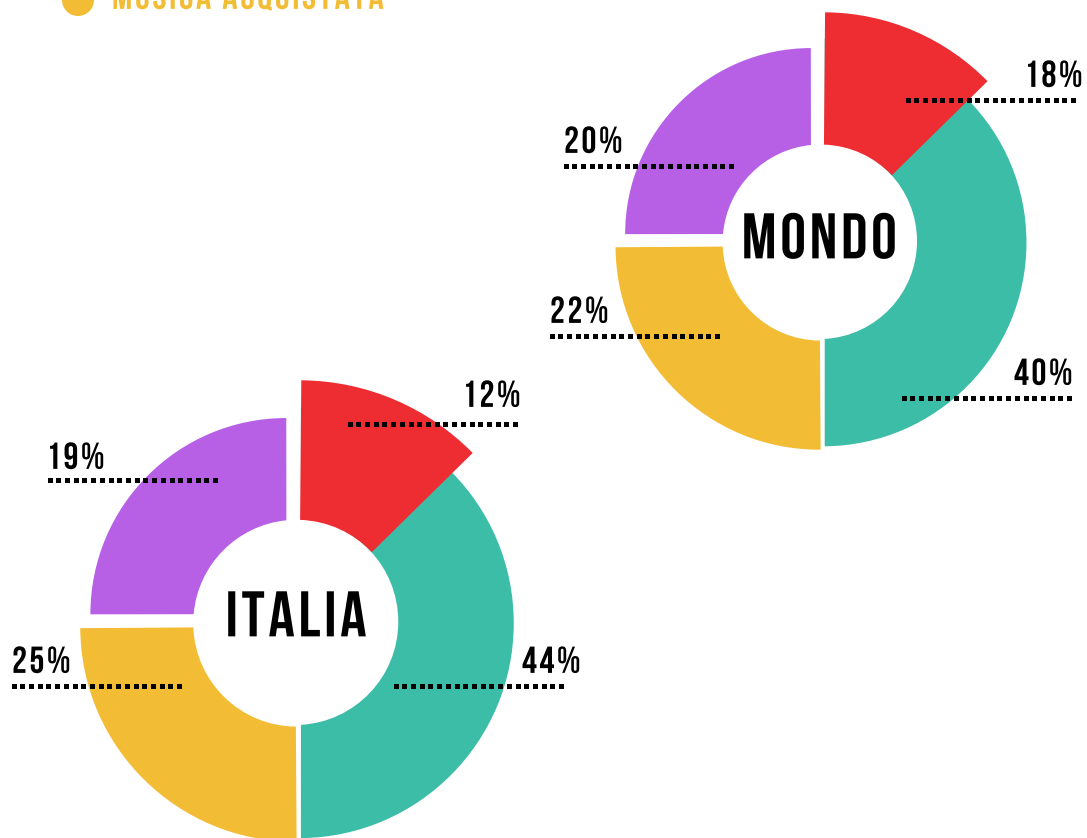


# TEMPO DEDICATO AL CONSUMO DI MUSICA

"DIVIDI IL TEMPO SPESO AD ASCOLTARE  
MUSICA IN UNA SETTIMANA, TRA LE  
DIVERSE FONTI A DISPOSIZIONE"

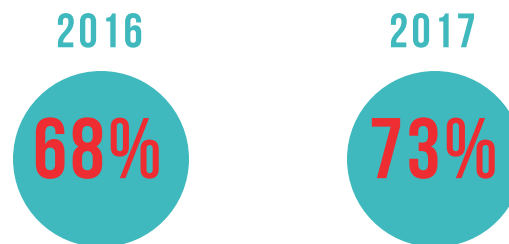
## COME SI DIVIDE IL TEMPO D'ASCOLTO?

- RADIO
- AUDIO STREAMING
- VIDEO STREAMING
- MUSICA ACQUISTATA

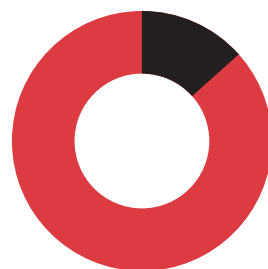
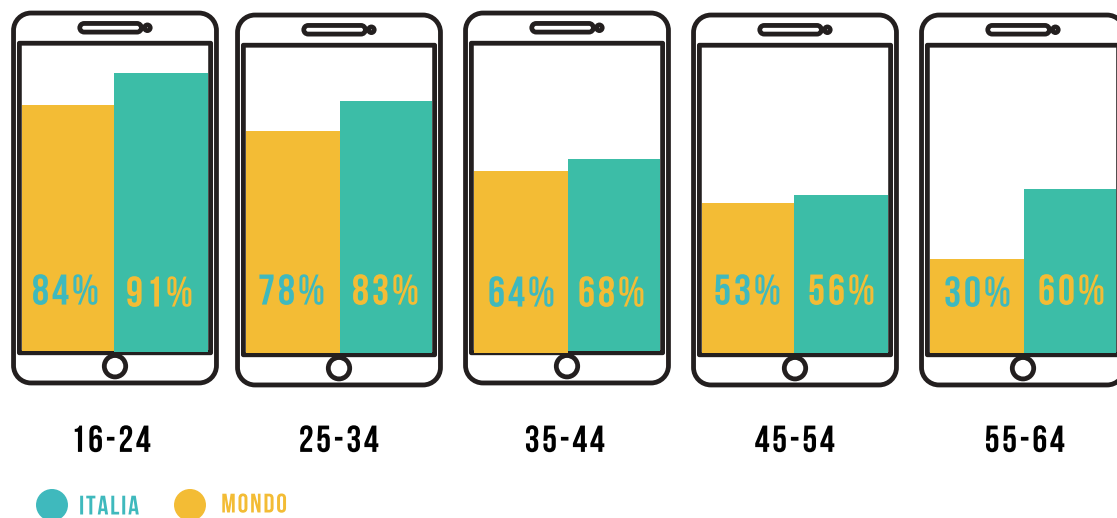


# IL CONSUMO DI STREAMING VIA MOBILE

## UTILIZZO DELLO SMARTPHONE PER ETÀ



## UTILIZZO DELLO SMARTPHONE



90%

DEGLI ASCOLTATORI DI MUSICA IN STREAMING LO FA ATTRAVERSO UNO SMARTPHONE

# I GIOVANI CONSUMATORI

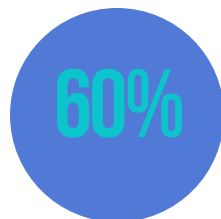
"LA MUSICA PER ME È IMPORTANTE"

69% DEGLI UTENTI TRA I 13 E I 15 ANNI

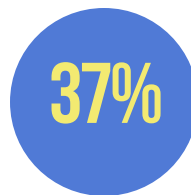


77%

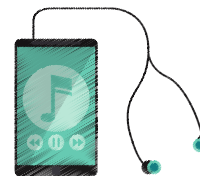
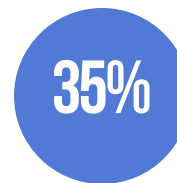
DEGLI UTENTI TRA I 13 E I 15 ANNI ASCOLTA MUSICA IN STREAMING (AUDIO E VIDEO)



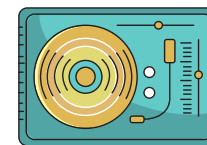
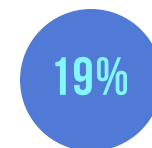
AUDIO STREAMING



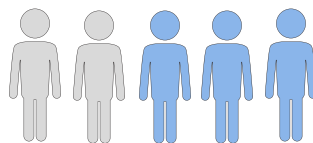
CD



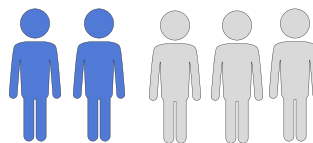
DOWNLOAD



VINILE



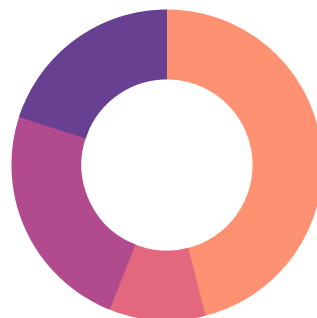
54% UTILIZZA UN SERVIZIO GRATUITO



33% UTILIZZA UN SERVIZIO A PAGAMENTO



# STREAMING VIDEO

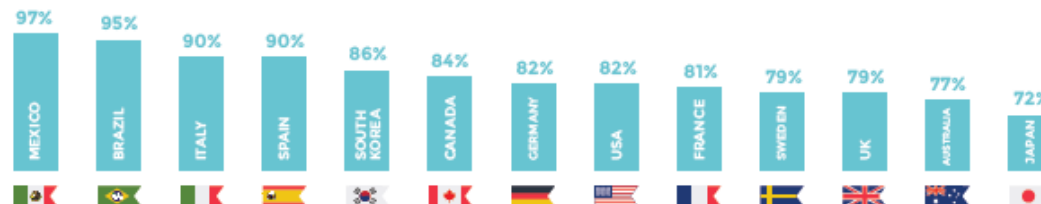


46%

DELLE ORE TOTALI PASSATE AD ASCOLTARE MUSICA ON-DEMAND SONO TRASCORSE SU YOUTUBE

- 58% | VIDEO STREAMING
- 12% | PAID AUDIO STREAMING
- 29% | FREE AUDIO STREAMING

## UTILIZZO DI YOUTUBE PER PAESE



93% DEGLI UTENTI YOUTUBE NEGLI ULTIMI 6 MESI LO HA UTILIZZATO PER CONTENUTI MUSICALI

GLI UTENTI CHE USANO YOUTUBE PER ASCOLTARE MUSICA CHE CONOSCONO

82%

1 SU 4

AMMETTE DI NON PAGARE UN SERVIZIO STREAMING PERCHÉ PUÒ TROVARE TUTTO SU YOUTUBE

# METODOLOGIA

IFPI HA COMMISSIONATO AD IPSOS  
CONNECT UNA RICERCA INTERNAZIONALE  
SUI COMPORAMENTI DEI CONSUMATORI  
DI MUSICA.

## MUSIC CONSUMER INSIGHT REPORT - 2017

Questo report è basato su una ricerca condotta con utenti online tra i 16 e i 64 anni nei 13 più importanti mercati musicali nel mondo (Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Sud Corea, Spagna, Svezia, UK e US). Questi territori contano per l'85% del mercato musicale globale. (Fonte, IFPI).

La ricerca incrementa lo studio condotto da *Ipsos Connect* negli anni precedenti, permettendo così l'identificazione di tendenze di crescita e il riconoscimento di condizioni costanti.

## NOTE SULLA RICERCA

La penetrazione di internet nei Paesi interessati dalla ricerca corrisponde in media al 90% della popolazione nazionale ad eccezione del Brasile (67.5%) e del Messico (56.0%).

In Paesi con una penetrazione internet minore, le ricerche sui comportamenti online sono considerate meno frequenti, i partecipanti alle interviste risultano pertanto essere con maggiore facilità, degli *early adopter* dei servizi digitali.

Questo si riflette nello studio, laddove questi Paesi mostrano un elevato livello di utilizzo di differenti servizi digitali per l'ascolto di musica rispetto ad altri mercati. Inoltre, i profili degli intervistati in Messico (tra i 16 e i 50 anni) sono più giovani comparati ad altre nazioni (tra i 16 e i 64 anni) e corrispondono pertanto a livelli di utilizzo dei servizi digitali più alti, in quanto una popolazione più giovane è più avvezzata all'utilizzo di servizi digitali.

Infine, le ricerche in Messico e Brasile riguardano e rappresentano solo gli utenti "urbani", il che può contribuire ad incrementare tali livelli.

*ifpi*

**Fimj** FEDERAZIONE  
INDUSTRIA  
MUSICALE  
ITALIANA