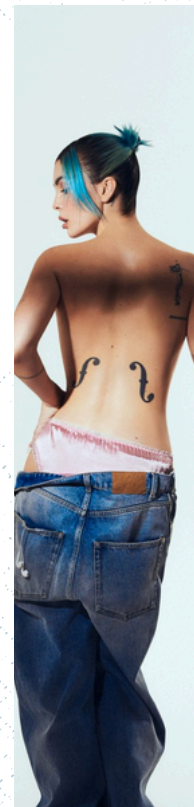
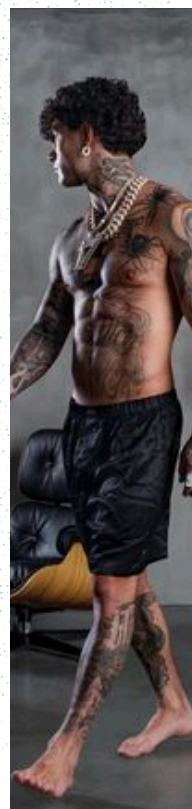
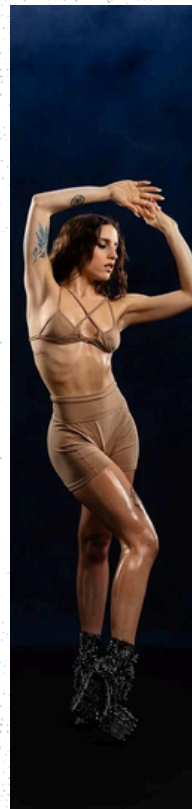
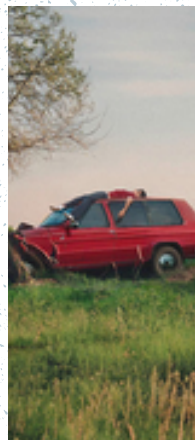
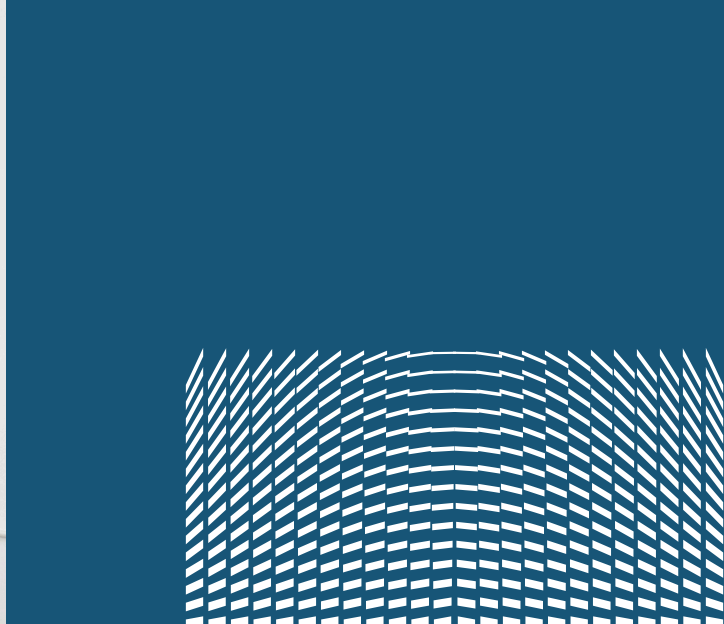


# IL MERCATO DISCOGRAFICO ITALIANO

REPORT FIMI 2025



FIMI



# INDICE DEI CONTENUTI

Introduzione	3	Il mercato italiano	4
Il mercato globale	8	Focus on: diritti connessi	10
Focus on: vinile	13	Il ruolo delle label	15
L'ascolto di musica in Italia	17	Le misure istituzionali	20
L'export	22	Le classifiche	25
Le certificazioni	31	Focus on: superfan	33
L'AI generativa	35	Focus on: content protection	37
Le sfide del 2025	40		

# INTRODUZIONE

Anche nel 2024 la musica continua a essere centrale nei consumi degli italiani e l'attenzione verso il repertorio locale non solo resta molto elevata, ma si propaga anche all'estero. La prossima sfida è la regolarizzazione dell'intelligenza artificiale generativa, per mantenere centrale la creatività umana.



**Enzo Mazza, CEO, FIMI**

Nel suo settimo anno consecutivo di crescita in Italia, la musica ha evidenziato trend superiori alla media in un contesto di stabilizzazione dei settori dell'intrattenimento: è stata una stagione di successi per la musica italiana, sia con l'emersione di nuovi talenti sia con la conferma di tanti artisti affermati.

Complessivamente i ricavi sono cresciuti più della percentuale globale, segno che il nostro mercato continua a progredire con ampi margini di crescita.

Le case discografiche - major e indipendenti - continuano a investire cifre sostanziali in ricerca e sviluppo, alimentando quel ricambio generazionale che costituisce uno degli aspetti più significativi del mercato italiano.

In questo scenario hanno costituito un'ottima performance sia i ricavi da abbonamenti che quelli dal video streaming. E le opportunità generate dai nuovi modelli legati allo streaming hanno confermato il buon andamento dei ricavi dall'estero, evidenziando la vitalità del catalogo italiano a livello globale - un catalogo che d'altronde continua a generare ottimi risultati anche sul mercato italiano, con una crescita del 31%.

Tra le sfide all'orizzonte v'è lo sviluppo prepotente della GenAI e tutte le sue potenziali conseguenze. Su questo tema il settore, così come le istituzioni, devono mantenere un grado di attenzione molto elevato garantendo regole che contribuiscano a uno sviluppo sano del settore, sostenendo produzione e creatività umana.

# IL MERCATO ITALIANO

## Lo scenario



Nel 2024 **il mercato discografico italiano ha registrato un aumento dei ricavi dell'8.5%**, a fronte di una crescita globale del 4.8%.

Nel complesso **il fatturato ha superato i 461 milioni di euro**: un risultato che consente all'Italia di crescere per il **settimo anno consecutivo** e di affermarsi come **terzo mercato più importante dell'Unione Europea**.



Totale mercato  
**+8.5%**



Streaming  
**+13.5%**



Fisico  
**-2.1%**



Diritti connessi  
**+2.6%**



Sincronizzazioni  
**-4.8%**

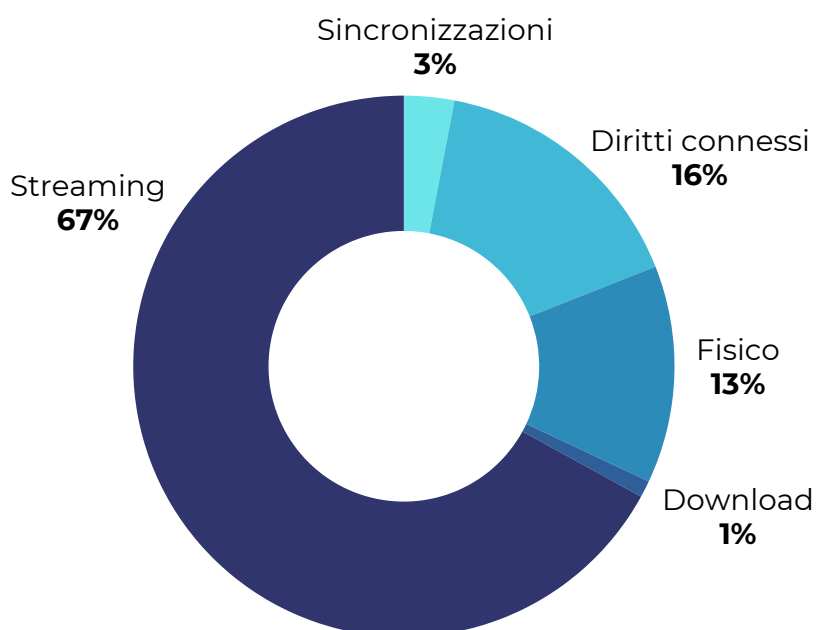


Rank globale  
**#12**

MUSIC REVENUES (€ MILLION, TRADE VALUE)	2024	2023	Δ 2024/2023
Subscription audio streaming	204.9	174.9	+17.1%
Ad-supported audio streaming	50.5	50.3	+0.4%
Video streaming	52.7	46.2	+14.1%
<b>TOTALE STREAMING</b>	<b>308.1</b>	<b>271.4</b>	<b>+13.5%</b>
Download	3.9	4.5	-12.7%
Mobile & other digital	0.2	0.2	+2.0%
<b>TOTALE DIGITALE</b>	<b>312.2</b>	<b>276.1</b>	<b>+13.1%</b>
Vinile	38.9	36.4	+6.8%
Cd	21.9	25.8	-15.1%
Other audio	0.3	0.2	-14.8%
Music video	0.2	0.2	-7.7%
<b>TOTALE FISICO</b>	<b>61.3</b>	<b>62.6</b>	<b>-2.1%</b>
<b>TOTALE FISICO &amp; DIGITALE</b>	<b>373.5</b>	<b>338.7</b>	<b>+10.3%</b>
Diritti connessi	74.8	72.8	+2.6%
Sincronizzazioni	12.9	13.6	-4.8%
<b>TOTALE MERCATO</b>	<b>461.2</b>	<b>425.1</b>	<b>+8.5%</b>

La crescita del mercato discografico italiano è trainata dallo **streaming**, che rappresenta il **67% dei ricavi** e **cresce** sia nei formati audio - nelle versioni in abbonamento e ad-supported - sia nel

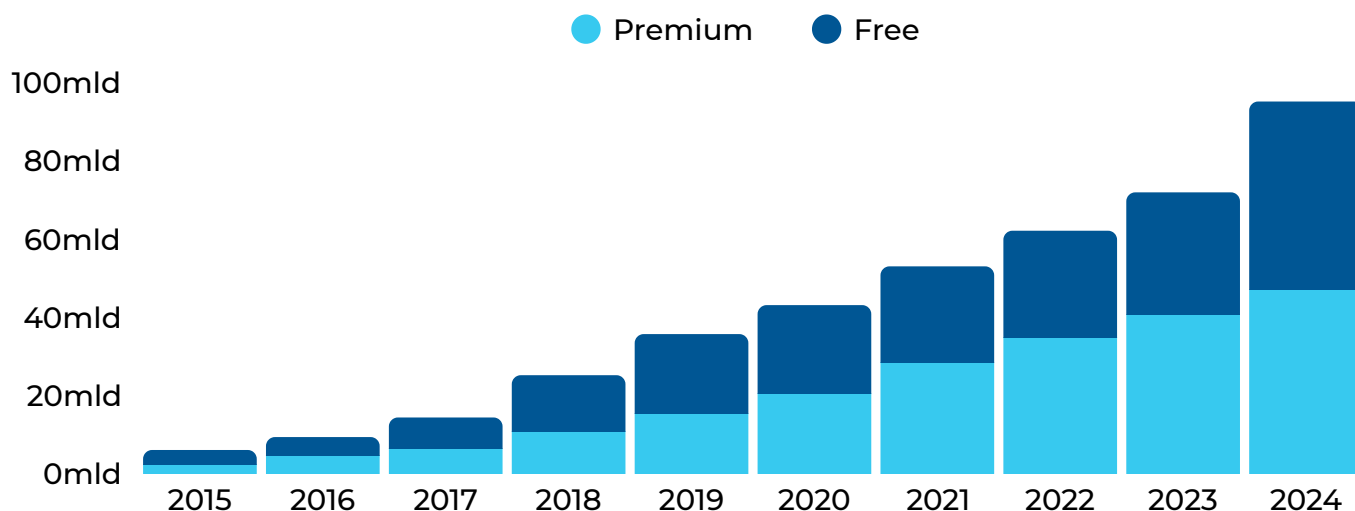
formato video. Il segmento **fisico** **diminuisce** del **2.1%** rispetto al 2023: un rallentamento dovuto alla sostituzione del Bonus Cultura con le Carte Cultura che ha comportato una minor spesa in CD e Vinili.



## STREAMING: VOLUMI

Nel 2024 è ancora lo **streaming** a guidare il mercato italiano: in totale nel corso dell'anno sono stati riprodotti **95 miliardi di stream, in crescita del 31%** rispetto al 2023. In particolare, gli ascolti tramite

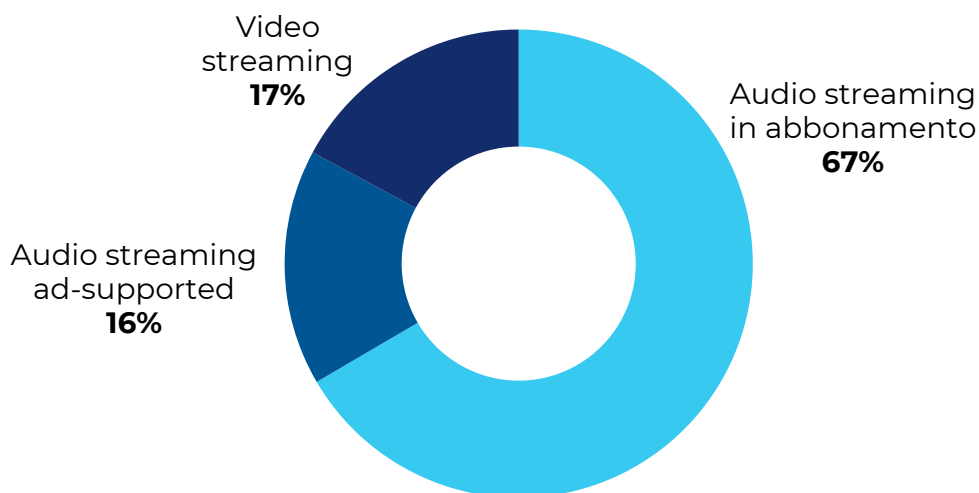
**servizi di streaming supportati da pubblicità sono aumentati del 53.1%**, mentre quelli tramite **servizi in abbonamento del 14.3%**, per una media di **1.8 miliardi di stream settimanali**.



## STREAMING: RICAVI

Negli ultimi cinque anni il comparto **streaming** è cresciuto dell'84%, raggiungendo nel 2024 i **€308 milioni di ricavi** e rappresentando il **67% del mercato**.

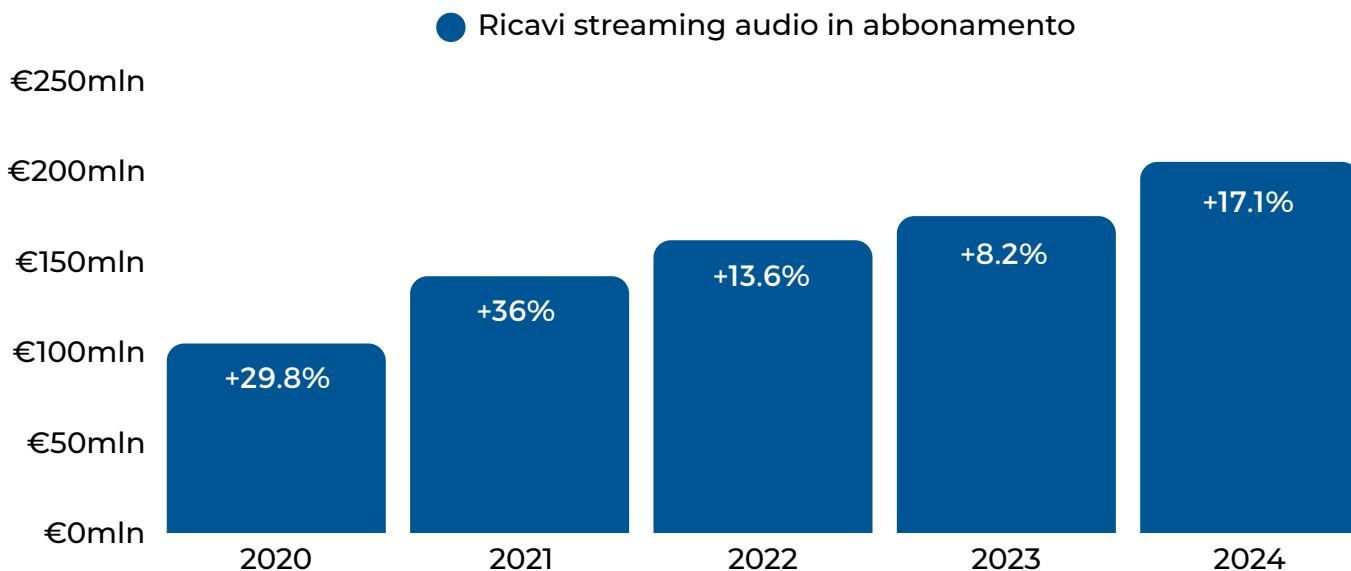
Il segmento **streaming audio in abbonamento** ha generato **€205 milioni**, quello **supportato da pubblicità €50.5 milioni**, mentre il formato **streaming video** ha raggiunto i **€53 milioni** di ricavi.



## LA CRESCITA DELLO STREAMING AUDIO IN ABBONAMENTO

La crescita del mercato discografico italiano è trainata dal segmento dello **streaming audio in abbonamento**, che nel 2024 ha registrato quasi 205 milioni di

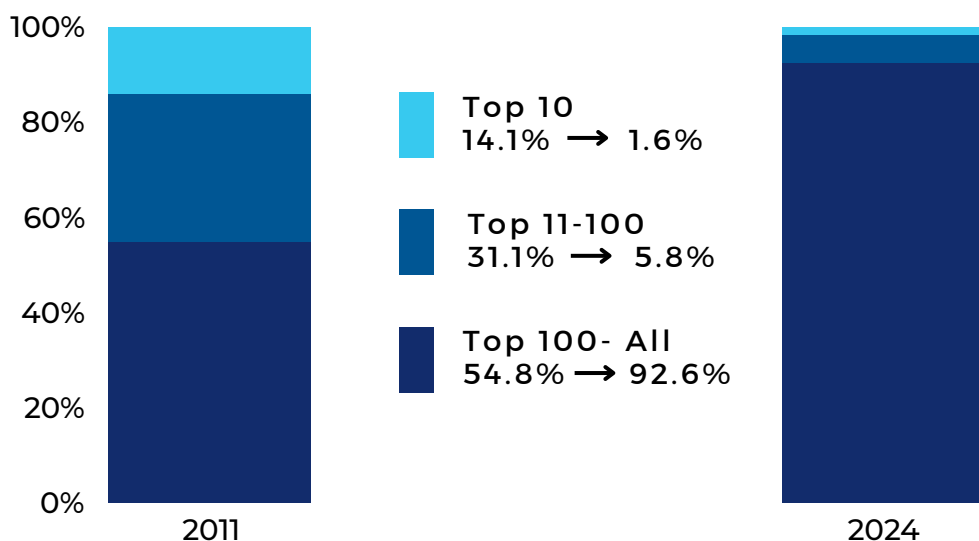
euro di ricavi, **rappresentando il 44% del totale mercato**. Negli ultimi cinque anni il segmento è cresciuto del 96%, con un tasso annuo di crescita composto del 18%.



## LA CONCENTRAZIONE DEL MERCATO DELLO STREAMING

Lo streaming sta consentendo a molti più artisti di prosperare rispetto all'era dei CD. Nel **2024** gli ascolti della **Top Ten** sono **cresciuti del 41.1%** e hanno rappresentato l'**1.6%** del totale degli stream, mentre il

92.5% dei volumi è occupato dai brani dalla centesima posizione in giù. Nel **2011**, la **Top Ten** rappresentava invece il **14.1%** del mercato, mentre la **Top 100-all** solamente il **55%**.



Fonte: GfK - an NIQ Company

# IL MERCATO GLOBALE

## Lo scenario



I ricavi del mercato discografico globale aumentano del 4.8%, raggiungendo i \$29.6 miliardi. Questo risultato riflette la straordinaria creatività, la visione e il duro lavoro degli artisti di tutto il mondo, supportati dalle attività delle case discografiche e dei loro team. Nonostante il trend positivo, il settore ha ancora un grande potenziale di crescita e sviluppo attraverso l'innovazione, le tecnologie emergenti e gli investimenti - sia negli artisti che nell'ecosistema musicale globale in continua espansione.



Totale mercato

**+4.8%**



Streaming

**+7.3%**



Fisico

**-3.1%**



Diritti connessi

**+5.9%**



Sincronizzazioni

**+6.4%**



Totale ricavi

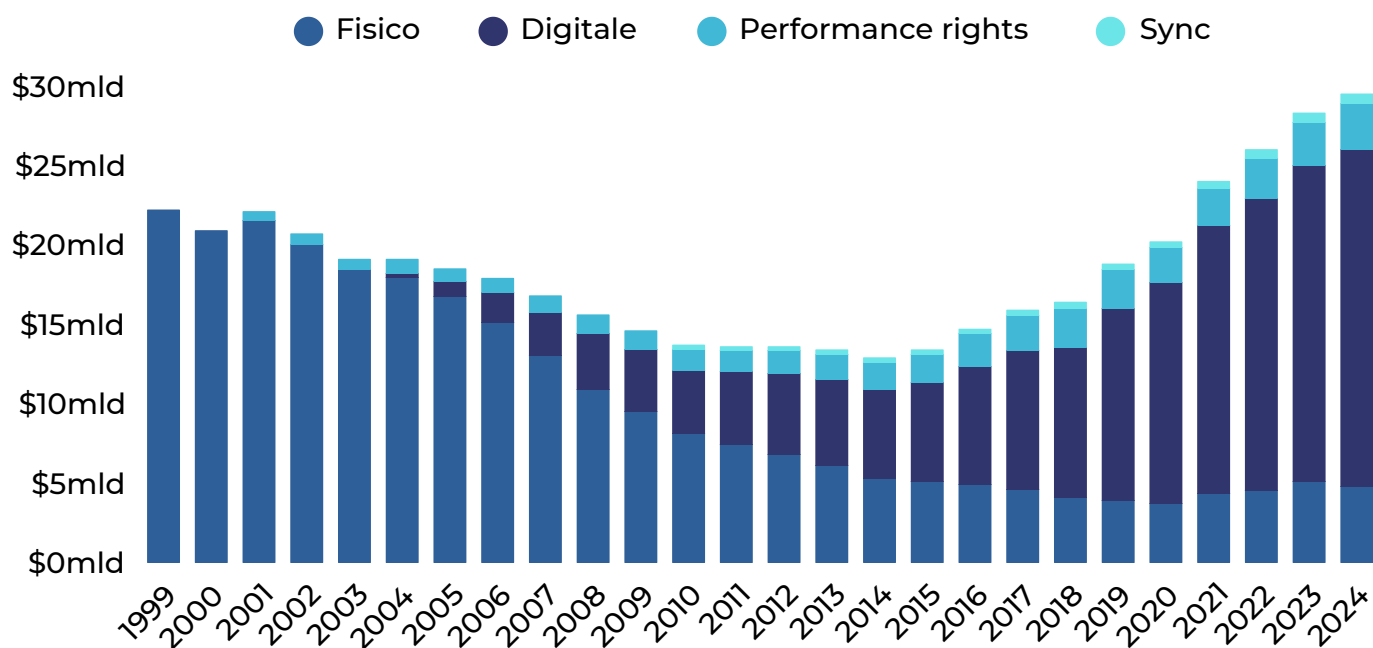
**\$29.6 mld**



## 1999-2024: L'EVOLUZIONE DEL MERCATO GLOBALE

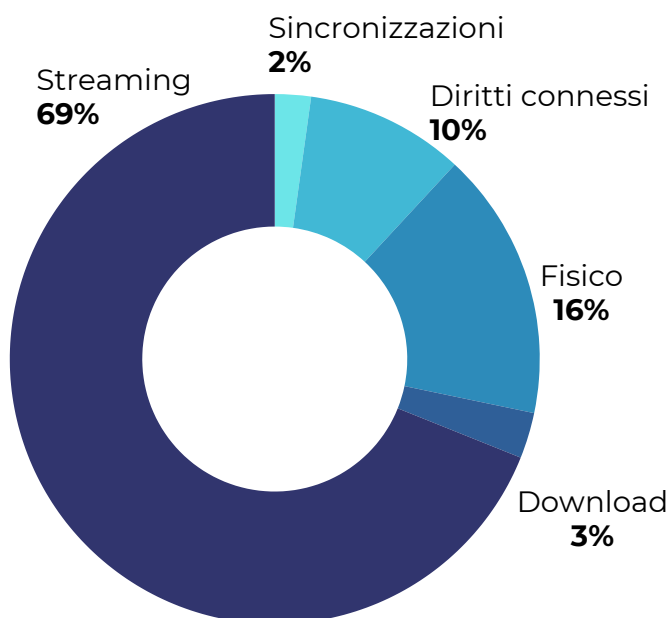
I **ricavi** globali della musica registrata **aumentano per il decimo anno consecutivo**: è una crescita che racconta la storia di un'industria in grado di evolversi e adattarsi - lo dimostra la crescita di tutte le regioni a livello globale.

Lo **streaming supera** per la prima volta i **\$20 miliardi** e i ricavi del segmento in abbonamento rappresentano oltre il 50% del totale. Tra i segmenti in crescita, il **trend positivo del vinile** prosegue per il diciottesimo anno consecutivo.



“La musica svolge un ruolo essenziale in molteplici aspetti della nostra vita. È una pietra angolare della nostra cultura e una forma vitale di espressione artistica ed emotiva. È con noi nei momenti di massima gioia, ci sostiene nelle circostanze più difficili e ci accompagna nelle nostre routine quotidiane. Inoltre, ci unisce attraverso esperienze condivise e passioni comuni, specialmente in tempi in cui ritrovarsi insieme è più necessario che mai.”

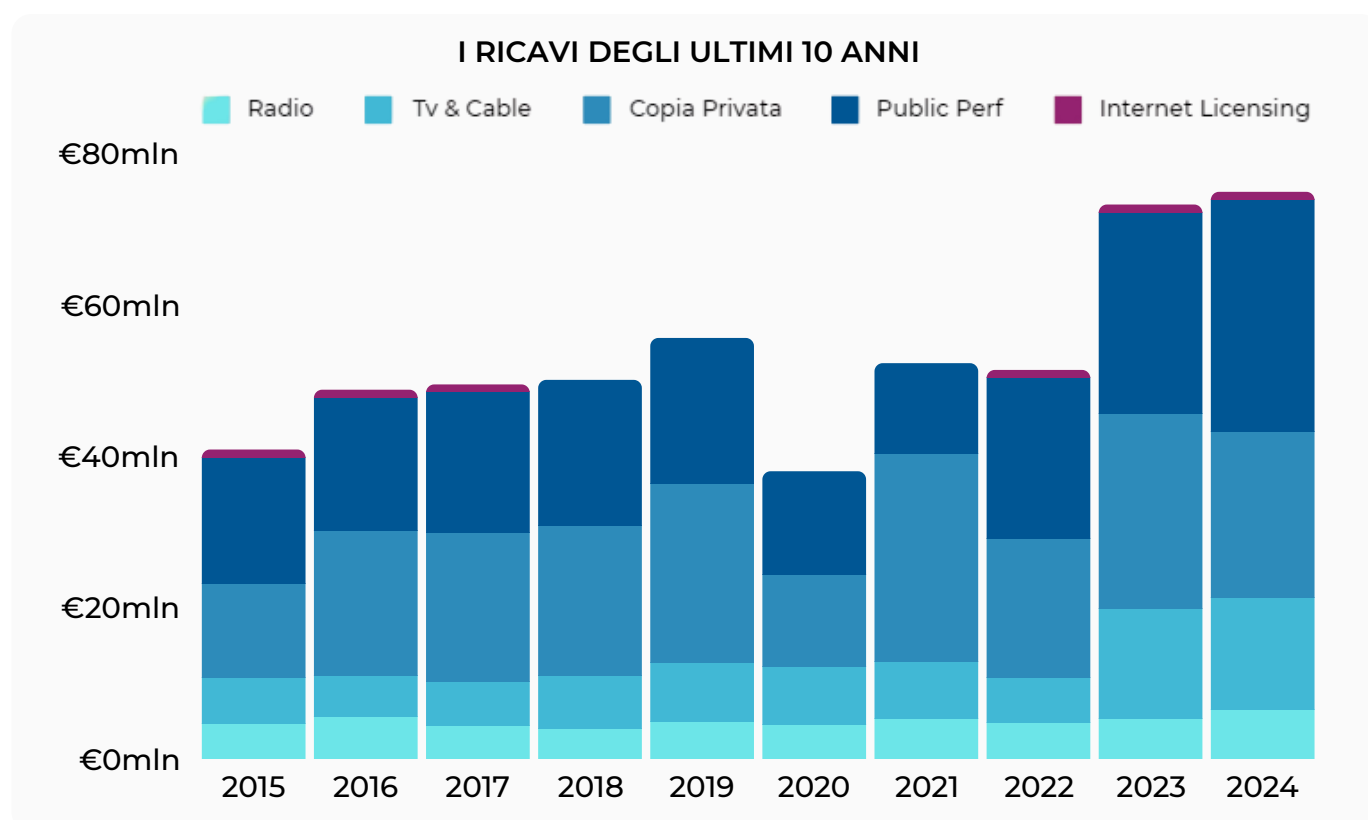
Victoria Oakley  
CEO, IFPI



# FOCUS ON: DIRITTI CONNESSI

## Cosa sono

Si tratta del diritto di sfruttamento economico dell'opera registrata su supporto fisico o digitale dovuta agli artisti e ai produttori fonografici. Si riferisce infatti all'interpretazione eseguita dall'artista grazie all'investimento e all'organizzazione imprenditoriale di un produttore

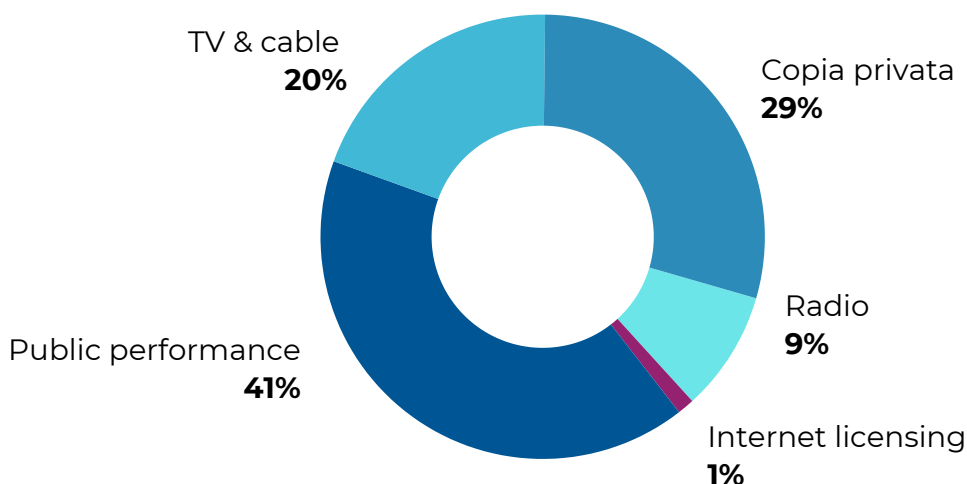


I diritti connessi rappresentano la seconda fonte di ricavi del mercato discografico italiano: nel 2024 il **segmento occupa il 16% dei ricavi**, secondo solo allo streaming, **per un totale di 74.8 milioni di euro**. Negli ultimi dieci anni le entrate sono aumentate dell'84% con un **CAGR del 7%**.

## LE FONTI DEL DIRITTO CONNESSO

Le **entrate del segmento performance rights** provengono dalle licenze di musica trasmessa su **stazioni radio** pubbliche e private, diffusione di musica in **spazi pubblici** come bar, ristoranti, hotel e palestre, utilizzo di musica da parte di

**emittenti televisive** e **operatori via cavo**, compensi per le **copie** di musica effettuate **per uso privato** su CD, DVD, PC, smartphone e tablet, e infine proventi derivanti dalla concessione di **licenze a servizi di media digitali**.



## TOP 10 GLOBALE

A livello globale i diritti connessi hanno raggiunto nel 2024 i **2.9 miliardi di dollari**, in crescita del **5.9%** rispetto al 2023. Il segmento rappresenta il **9.7% del totale del mercato globale** e ha registrato una crescita dei ricavi per il **quarto anno consecutivo**.

Nel 2024 l'**Italia** si afferma come **quinto mercato dell'Unione Europea** entrando per il **dodicesimo anno consecutivo** nella **Top Ten** dei più importanti mercati globali.



RANK	MERCATO	RICAVI 2024 (US\$, mln)
#1	Stati Uniti	704
#2	Regno Unito	296
#3	Francia	276
#4	Germania	260
#5	Giappone	99
#6	Paesi Bassi	98
#7	Svezia	91
#8	Italia	81
#9	Brasile	72
#10	Spagna	61

# I TREND E LE SFIDE DEL MERCATO

Siamo molto orgogliosi dei risultati ottenuti nel 2024: la crescita continua degli incassi dei diritti connessi, oltre al conseguente incremento delle ripartizioni e una riduzione dell'aggio, è un chiaro segnale della fiducia riposta nel nostro impegno costante e nella capacità di adattarci alle dinamiche di un mercato in continua evoluzione.



**Mariano Fiorito, Direttore Generale, SCF**

Nel 2024 SCF ha ottenuto risultati significativi nel settore della gestione dei diritti connessi, nonostante le sfide economiche globali: gli incassi delle utilizzazioni musicali sono, a livello di mercato, cresciuti del 13%, il broadcasting è aumentato del 9% (grazie alla revisione di contratti di licenza e alla crescita del mercato pubblicitario), il public performance è cresciuto del 16% - trainato dalla musica d'ambiente. Nonostante gli incassi di copia privata siano invece diminuiti a causa del calo delle vendite di apparecchi elettronici, questi risultati confermano una tendenza positiva in continuità con gli anni precedenti, oltre a derivare da operazioni mirate che hanno ampliato la nostra presenza sul mercato.

Guardando al futuro, miglioreremo tempistiche e processi di rendicontazione e ripartizione, mentre sul fronte delle utilizzazioni la presenza di molteplici organismi di gestione collettiva rende necessario lavorare con le Autorità competenti per garantire una rappresentatività equa e trasparente. Per esempio, la proposta di un disegno di legge relativo alla creazione di un Database Unico è da noi fortemente supportata.

Continueremo inoltre a investire in infrastrutture tecnologiche per migliorare l'efficienza delle ripartizioni. Un aspetto cruciale sarà l'integrazione delle tecnologie di GenAI nel processo di gestione dei diritti, pur richiedendo un'attenta gestione per evitare abusi e garantire la tutela dei diritti degli artisti e dei produttori.

# FOCUS ON: VINILE

## La resilienza del 33 giri



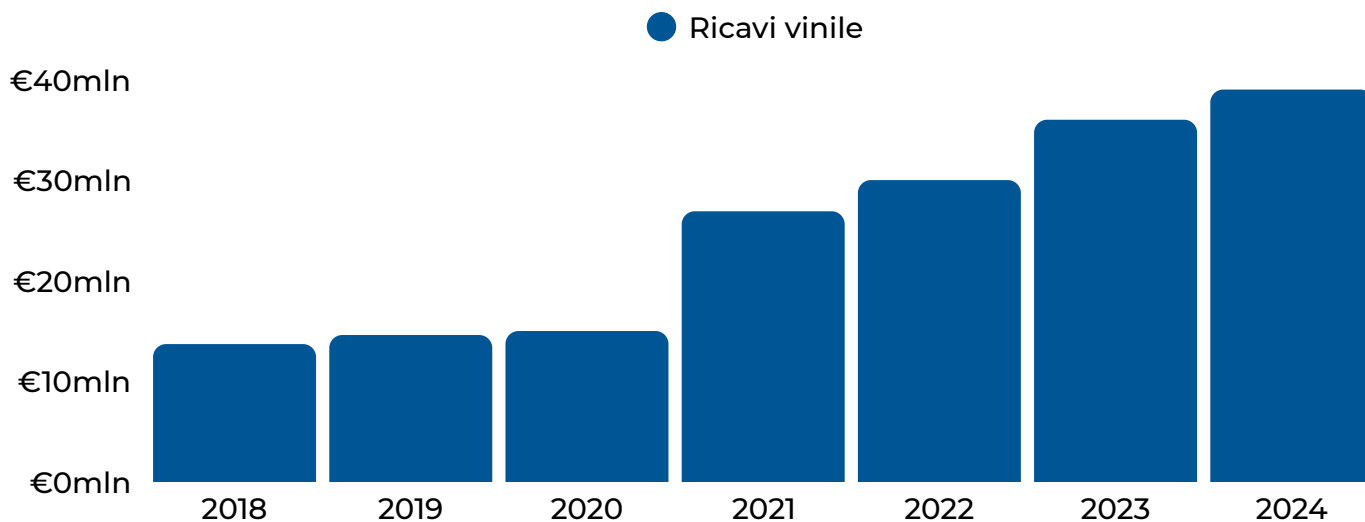
Nell'era dello streaming; il **vinile** ha vissuto una vera e propria **rinascita**. Percepito storicamente come un oggetto vintage legato a fan adulti, il 33 giri è in realtà un formato sempre più apprezzato dalla **Gen Z**. I giovanissimi hanno infatti riscoperto la passione per il giradischi e hanno colto nel vinile quella testimonianza fisica del proprio artista preferito, seguito prevalentemente nel mondo virtuale. Da nicchia a corroborato formato dominante del segmento fisico: nel 2021 le entrate del segmento hanno superato per la prima volta dal 1991 quelle del CD.



## LA CRESCITA DEL FORMATO

Nel 2024 il segmento ha registrato il **sesto anno consecutivo di crescita**, raggiungendo i **39 milioni di euro** di ricavi

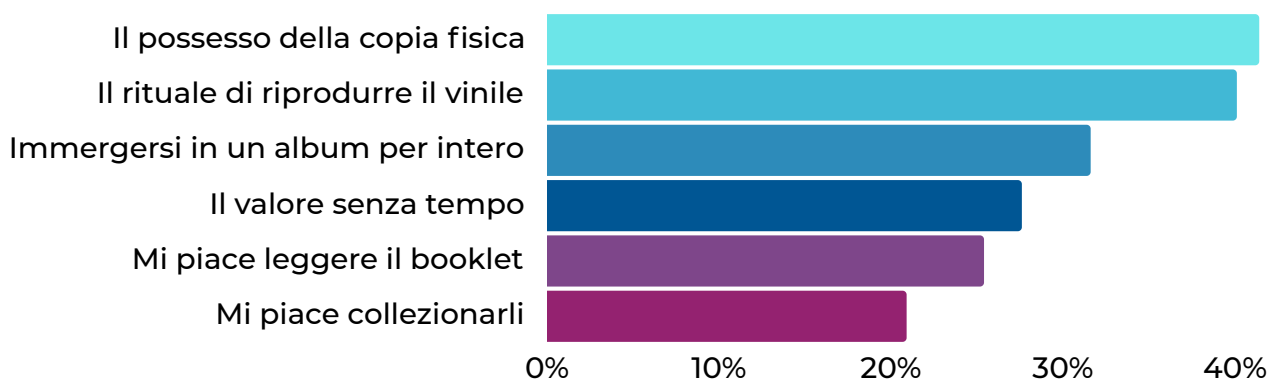
e affermandosi come ottavo mercato a livello globale. Attualmente il vinile rappresenta il 63% del segmento fisico.



## I MOTIVI DELL'ACQUISTO

Secondo i dati tratti dal report IFPI 'Engaging with Music', la fascia d'età che predilige l'acquisto del vinile è quella 25-34

anni (12%), seguita da quella 15-24 (9%) e 35-44 (9%).



“La rinascita e il consolidamento del vinile rappresentano la voglia di riappropriarsi di un'esperienza: uditiva ma anche tattile e visiva, e connessa sempre più alla riscoperta di un “luogo fisico della musica”. Il successo dei pop up store lo testimonia: è un'immersione in un ambiente che

rappresenta il DNA di un artista, ma al contempo è una riscoperta della propria connotazione di consumatore musicale in un mondo scandito da esperienze digitali e indirette. Discover music, find yourself.”

**Luca Fantacone,**  
Director Catalogue, Sony Music Italy

# IL RUOLO DELLE LABEL

Ogni 1€ direttamente generato o investito dalle case discografiche produce un ulteriore contributo al PIL dell'Unione Europea di 1,80€ ad altre parti della catena del valore del settore musicale

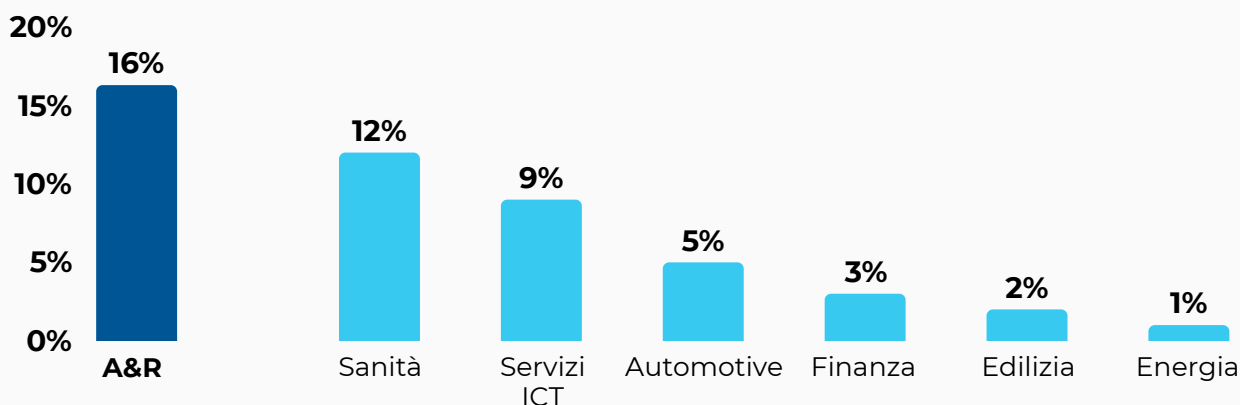
Nel dinamico ecosistema musicale attuale, il ruolo dell'**etichetta discografica** come principale **investitore nella musica e partner degli artisti** non è mai stato così importante.

Nell'era digitale il ruolo delle case discografiche è cambiato: da record companies, le label si sono evolute in **entertainment companies**. In questo processo di trasformazione sono cambiate le modalità, ma non lo scopo: scoprire e **sviluppare nuovi talenti, aiutare gli artisti** a raggiungere la loro **visione**, fornire loro un'ampia **rete di supporto** di professionisti e **connetterli con i fan**.



## GLI INVESTIMENTI DELLE CASE DISCOGRAFICHE

L'industria musicale investe in Ricerca & Sviluppo una percentuale dei ricavi maggiore rispetto ad altre industrie.



“La recente crescita del settore ha permesso di aumentare gli investimenti sull’organizzazione, sulle carriere degli artisti e sul repertorio, oltre che di esplorare nuovi orizzonti. In un contesto in cui l’industria evolve rapidamente, guidata da un panorama digitale con continue possibilità di monetizzazione, stiamo lavorando con start-up tecnologiche per sperimentare soluzioni innovative nel rispetto dei diritti di proprietà intellettuale. La diversificazione degli investimenti sta offrendo diverse opportunità di crescita, consentendo di ridurre i rischi e di cogliere le nuove tendenze del mercato globale: l’innovazione è senz’altro la chiave del successo.”

Raffaele Razzini, CFO, Warner Music Italy

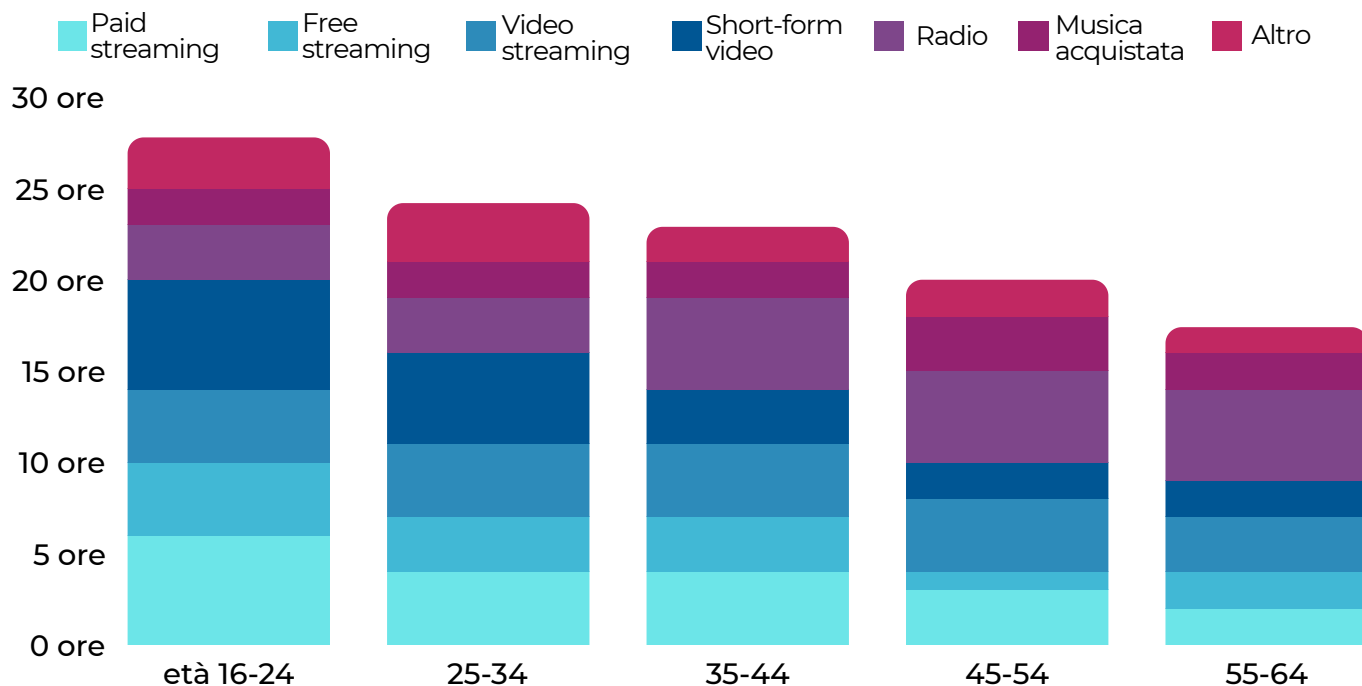




# L'ASCOLTO DI MUSICA IN ITALIA

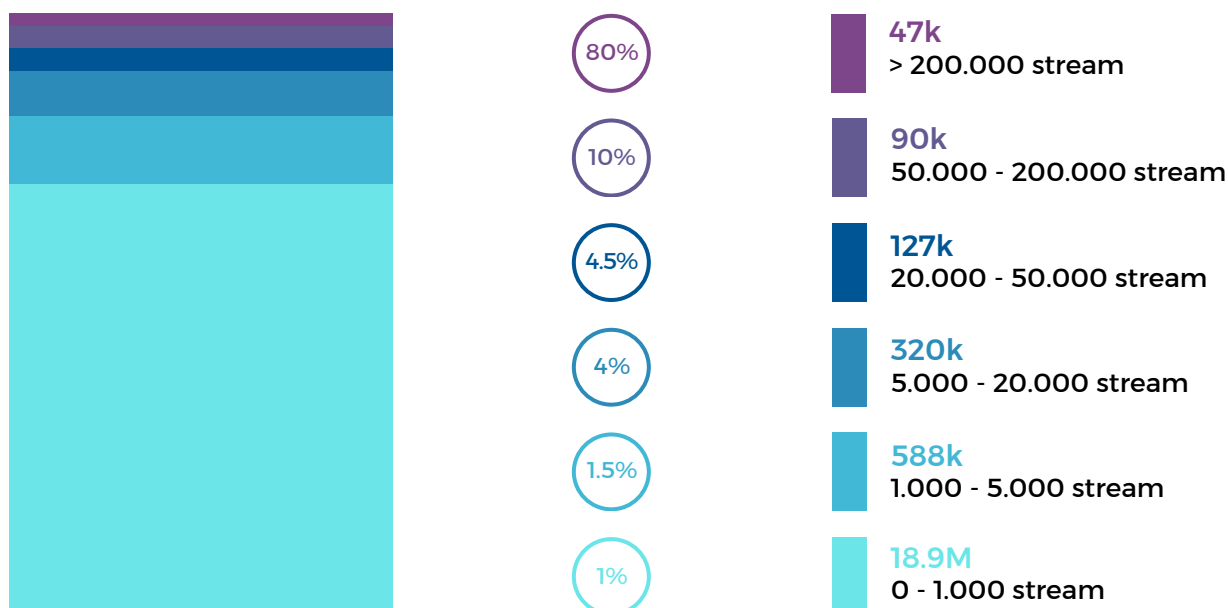
In Italia si ascoltano in media **21.9 ore di musica a settimana**, un tempo superiore alla media globale di 20.7 ore. Le fasce d'età compresa tra i 14 e i 44 anni predilige

l'ascolto in streaming (audio e video), mentre il segmento adult preferisce la fruizione di musica attraverso supporti fisici.



Nel 2024 lo **0.2% degli ISRC**, pari alle 47.000 registrazioni che hanno superato i 200.000 ascolti, **ha generato l'80% degli**

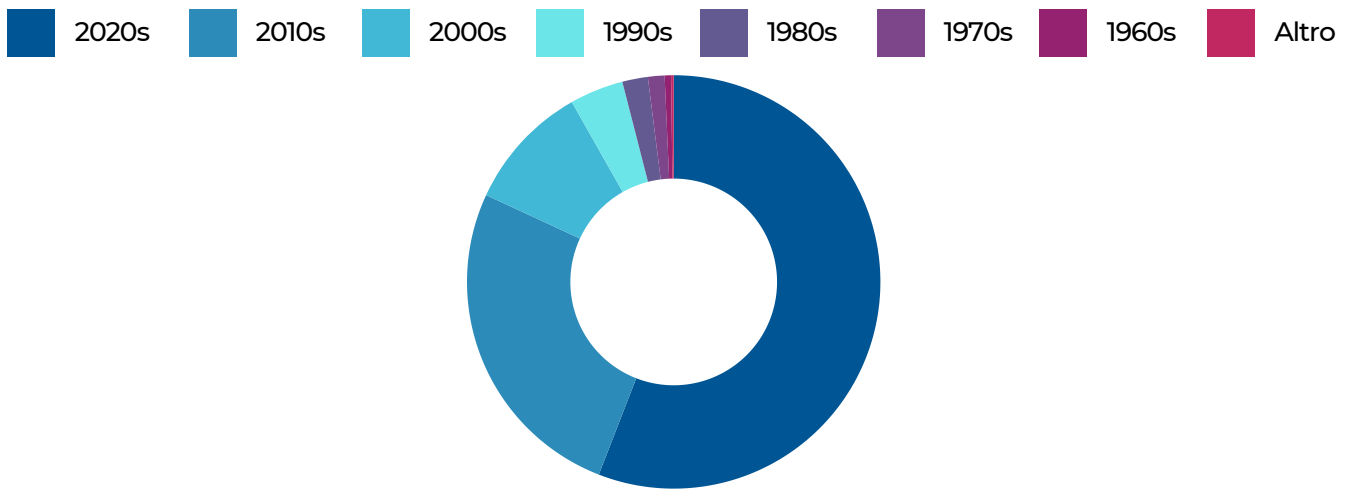
**stream**, mentre 18.9 milioni di ISRC con meno di 1.000 ascolti hanno generato solamente l'1% del totale.



Fonte: GfK - an NIQ Company

L'**82% degli stream** riprodotti nel 2024 **proviene da brani pubblicati dal 2010** in avanti. Il repertorio locale ha generato il

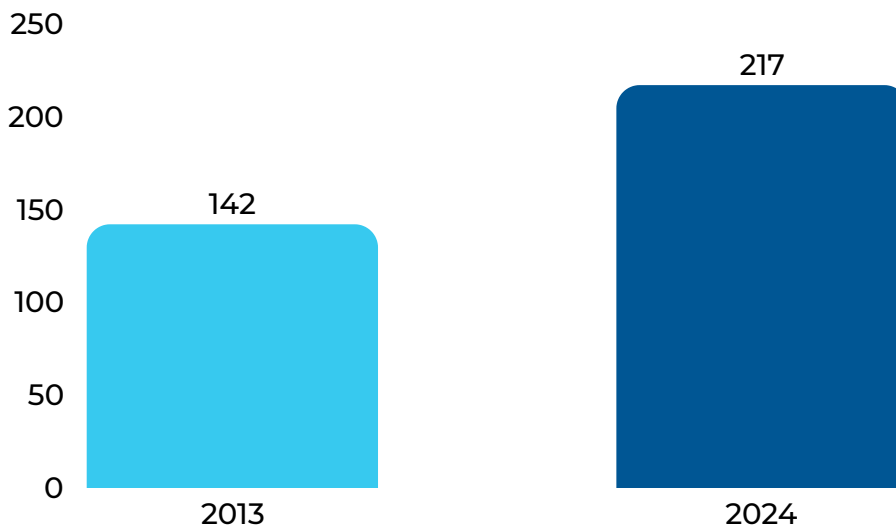
45% del totale degli stream, mentre le canzoni uscite nel 2024 hanno rappresentato il 22% degli ascolti.



Fonte: GfK - an NIQ Company

Nel **2013** solo **142 Album** avevano superato la soglia delle **10.000 copie vendute**, nel **2024** gli **Album** che hanno

superato l'equivalente soglia dei **32 milioni di stream** sono ben **217**, pari a una crescita del 53%.



Fonte: GfK - an NIQ Company

“La crescita del numero degli stream generati dagli album è un trend positivo che dimostra come i DSP siano diventati il principale punto di accesso alla musica. Tuttavia la vasta quantità di contenuti, unita all'importanza dell' algoritmo, può limitare la scoperta di nuovi artisti - con pochi che riescono a emergere. Ed è qui

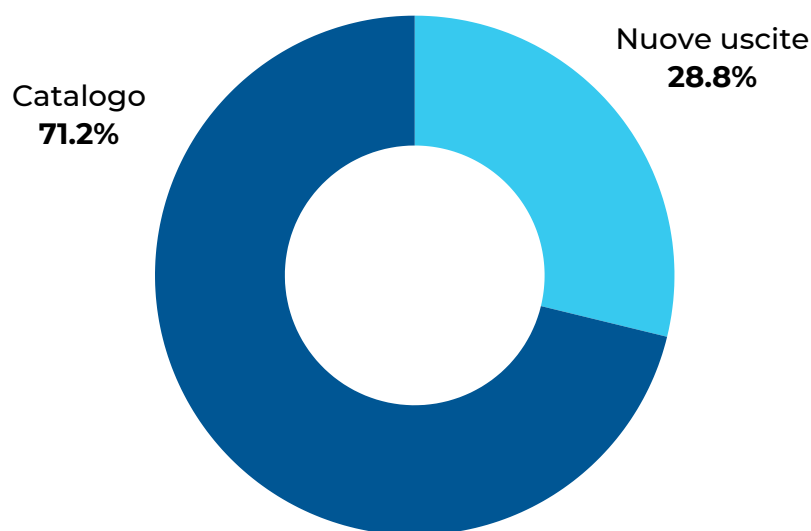
che si può fare la differenza. In una vera partnership tra label e DSP c'è la possibilità, attraverso programmi originali ed esclusivi, di creare e facilitare la connessione tra artisti e fan, soprattutto il pubblico più giovane.”

**Sophie Lyon, Digital Sales Manager Italy, Spain & Portugal, BMG**

## LE NUOVE USCITE E IL CATALOGO

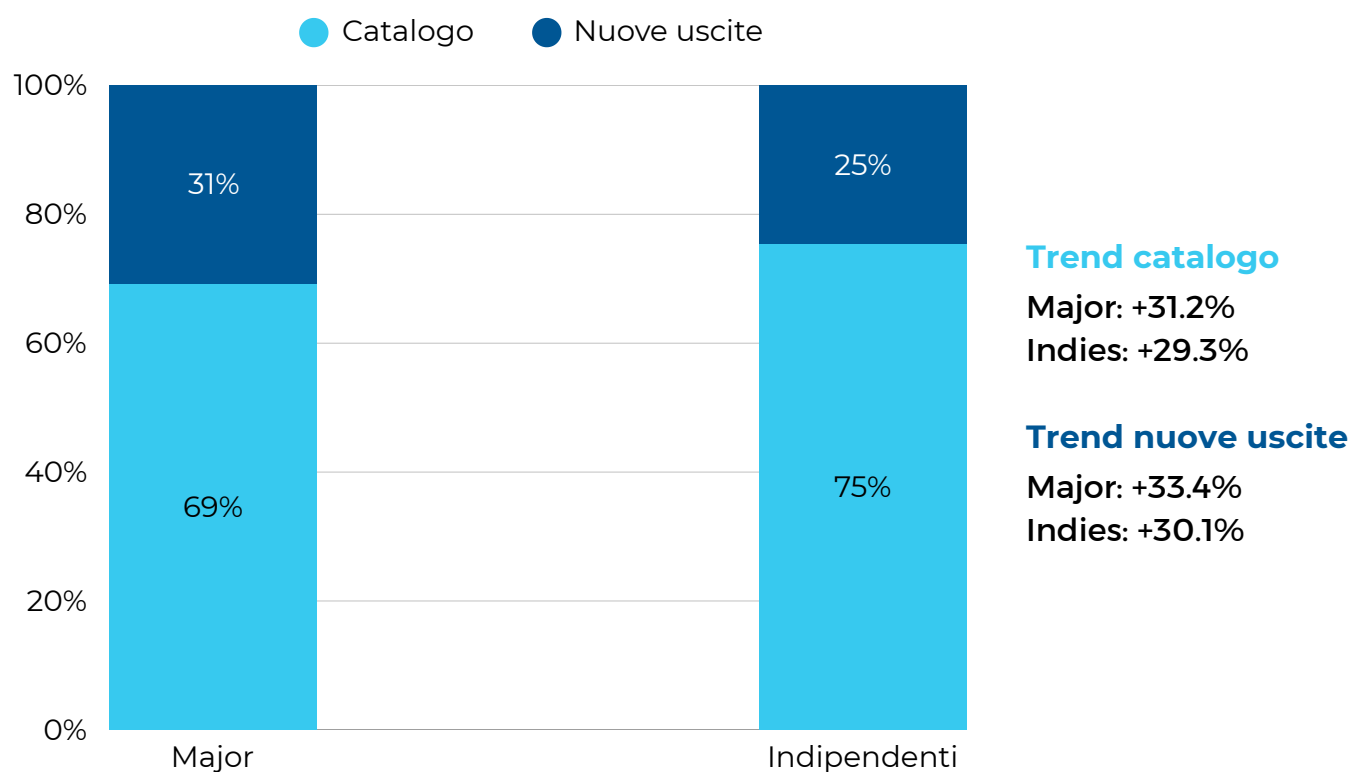
In Italia nel 2024 aumenta il consumo di musica in streaming: **le nuove uscite pesano il 29% del totale degli ascolti**, in crescita del 33%. Per le etichette major, le

nuove pubblicazioni arrivano a pesare il 31% del totale e rappresentano il segmento maggiormente in crescita registrando un aumento del 33.4% rispetto al 2023.



Fonte: GfK - an NIQ Company

## LA QUOTA MAJOR E INDIPENDENTI



Fonte: GfK - an NIQ Company

# LE MISURE ISTITUZIONALI

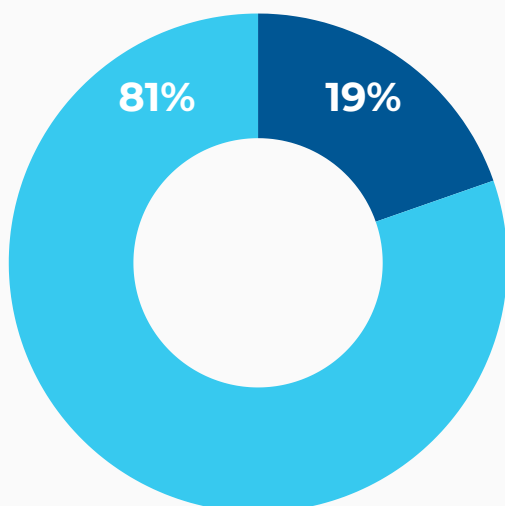
## TAX CREDIT MUSICA

### Cos'è

Il Tax Credit è un credito d'imposta che consente ai produttori di fonogrammi di scontare a livello fiscale il 30% degli investimenti sostenuti per un massimo di 75.000 euro a opera e di 2 milioni di euro ad azienda nel triennio

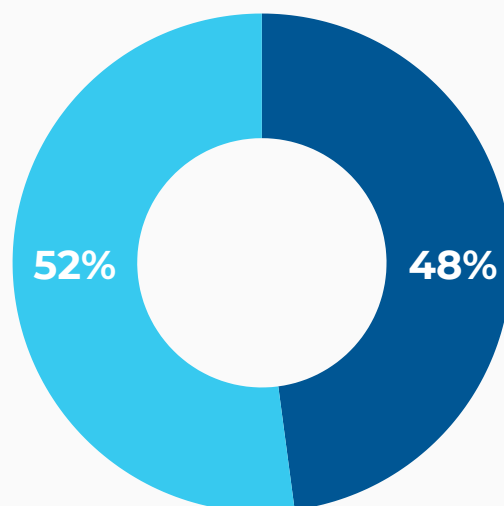
### OPERE: 729

● Major ● Indipendenti



### CREDITO: 11.9 mln

● Major ● Indipendenti



“Il Tax Credit Musica rappresenta un importante incentivo fiscale per l'industria musicale e ancor di più per le realtà indipendenti: stimola la creatività degli artisti e riduce il rischio finanziario per le etichette, oltre a favorire indotti economici. Resta fondamentale una gestione dello strumento con criteri equi e trasparenti

(fornendo maggior accessibilità e maggior sostegno per le piccole realtà e prevedendo soglie d'accesso più inclusive), un monitoraggio costante e un adeguamento periodico alle esigenze di un settore in continua evoluzione.”

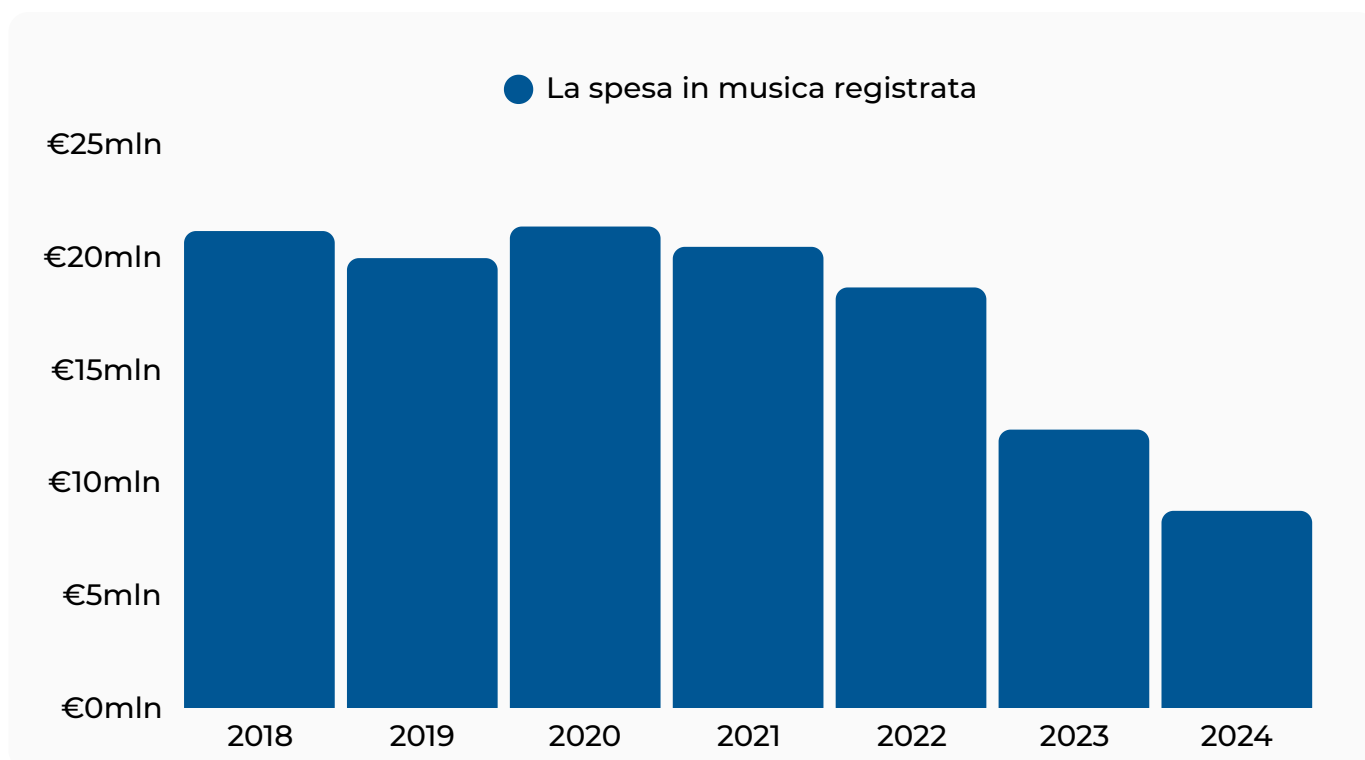
**Francesco Grandi,**  
**Administration & Finance, Bomba Dischi**

# LE MISURE ISTITUZIONALI

## CARTE CULTURA

### Cosa sono

Le Carte Cultura - Carta Cultura Giovani e Carta del Merito - sono due voucher da 500€ ciascuno cumulabili destinati ai neo diciottenni per l'acquisto di prodotti culturali, tra cui la musica registrata. Nel 2024 le Carte Cultura hanno sostituito il Bonus Cultura



La **Carta Cultura Giovani** è riservata ai diciottenni le cui famiglie hanno **redditi fino a 35mila euro annui**.

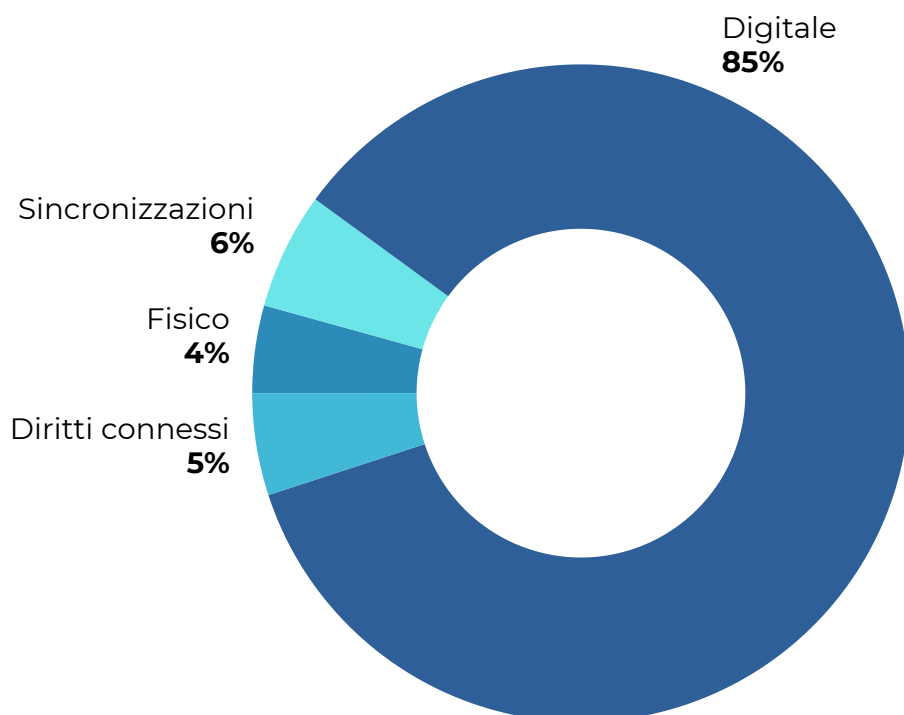
La **Carta del Merito** spetta ai diciottenni che hanno ottenuto alla **maturità** un **voto pari a 100 o 100 & lode**, **senza limiti di reddito**.

# L'EXPORT

## Lo scenario



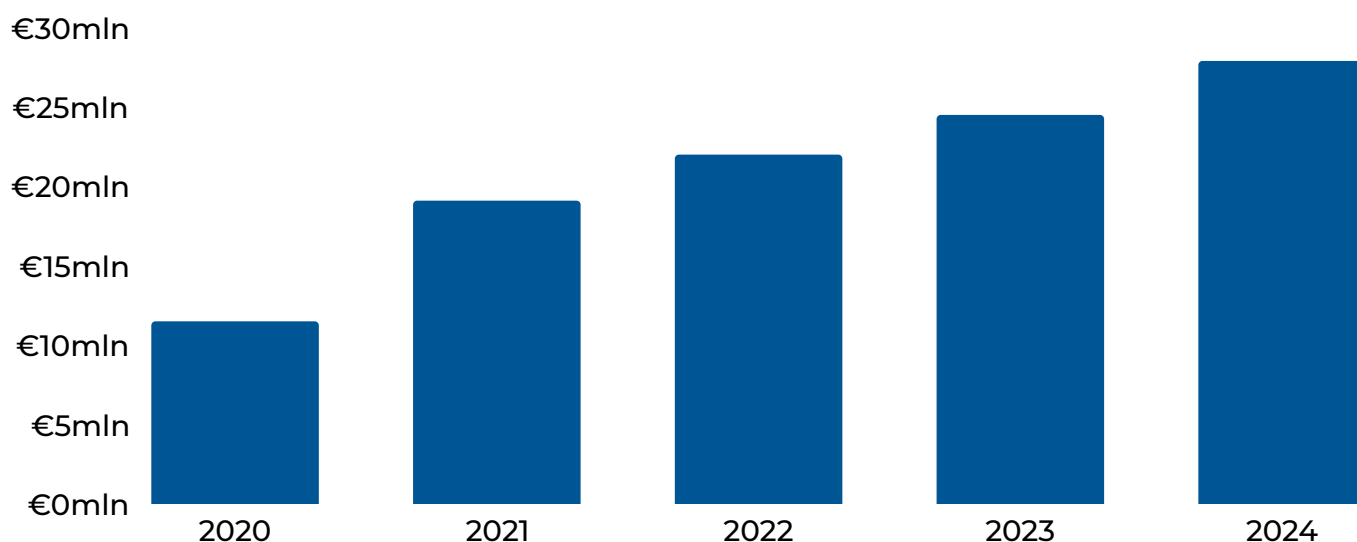
L'innovazione digitale ha permesso di valorizzare l'importante piano di **investimento delle case discografiche** nei confronti del repertorio locale, consentendo al mercato italiano di **esportare la musica nazionale nel mondo** con sempre più autorevolezza. Nel 2024 **i ricavi dalle royalty** di musica italiana all'estero **sono aumentati del 13.8%**, una crescita guidata dal segmento digitale, che ha registrato un incremento del 24.4% rispetto al 2023.



## LA CRESCITA DEI RICAVI DA ROYALTY

Dal 2020 al 2024 i ricavi da royalty della musica italiana all'estero sono aumentati di oltre 16 milioni di euro, raggiungendo

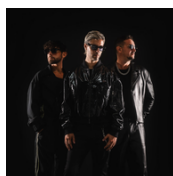
i 28 milioni di euro: si tratta di una crescita del 140% in cinque anni.



## TOP 10 ARTISTI ITALIANI PIÙ ASCOLTATI ALL'ESTERO | SPOTIFY



1.  
MÅNESKIN



2.  
MEDUZA



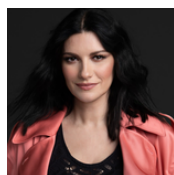
3.  
GABRY PONTE



4.  
LUDOVICO  
EINAUDI



5.  
GIGI  
D'AGOSTINO



6.  
LAURA PAUSINI



7.  
ANTONIO VIVALDI



8.  
ANDREA BOCELLI



9.  
RAFFAELLA CARRÀ



10.  
EROS  
RAMAZZOTTI

## LA FRUIZIONE DI MUSICA ITALIANA ALL'ESTERO

**160%** crescita della fruizione di contenuti audio in italiano all'estero tra il 2019 e il 2024

**50%** quota di royalty di artisti italiani generate da ascolti provenienti dall'estero nel 2023

Fonte: Spotify

**60M+** utenti che ogni mese ascoltano contenuti in lingua italiana su Spotify

**20M+** utenti al di fuori dall'Italia che nel 2024 hanno aggiunto una canzone o un artista italiano a una playlist

“L'ascesa delle scene locali è una realtà consolidata. I suoni globali si intrecciano con stili e riferimenti radicati nei territori d'origine, dimostrando la forza delle contaminazioni culturali. Per noi creare sinergie tra dimensione locale e internazionale è fondamentale e b:electronic ne è un esempio: un team globale che valorizza elettronica e dance di artisti ed etichette indipendenti. Realtà come fabric e Cr2 Records si sono unite, consolidando una visione musicale senza confini. Adottare una prospettiva internazionale nella selezione e crescita degli artisti è essenziale, senza perdere di vista le peculiarità e identità locali che ora contribuiscono a ridefinire il panorama globale.”

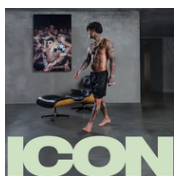
Sara Pedroni, Amministratrice Delegata,  
Believe Italia





# LE CLASSIFICHE

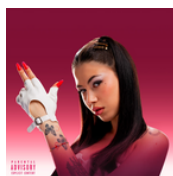
## TOP 10 ALBUM | TOP OF THE MUSIC



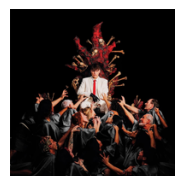
**1.**  
**ICON**  
Tony Effe



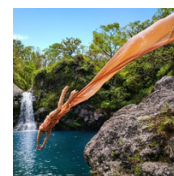
**2.**  
**DIO LO SA**  
Geolier



**3.**  
**VERA BADDIE**  
Anna



**4.**  
**I NOMI DEL DIAVOLO**  
Kid Yugi



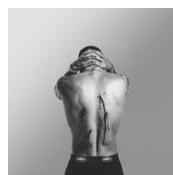
**5.**  
**LA DIVINA COMMEDIA**  
Tedua



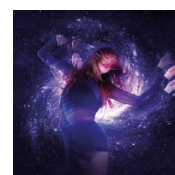
**6.**  
**LOCURA**  
Lazza



**7.**  
**X2VR**  
Sfera Ebbasta



**8.**  
**FERITE**  
Capo Plaza



**9.**  
**E POI SIAMO FINITI NEL VORTICE**  
Annalisa

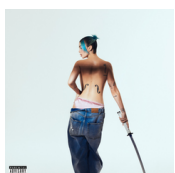


**10.**  
**CLUB DOGO**  
Club Dogo

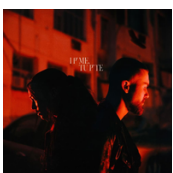
## TOP 10 SINGOLI | TOP OF THE MUSIC



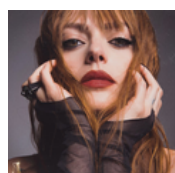
**1.**  
**TUTA GOLD**  
Mahmood



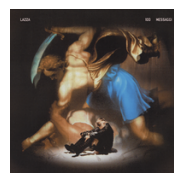
**2.**  
**COME UN TUONO**  
Rose Villain feat. Guè



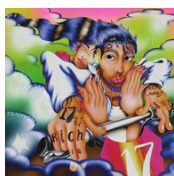
**3.**  
**I P' ME, TU P' TE**  
Geolier



**4.**  
**SINCERAMENTE**  
Annalisa



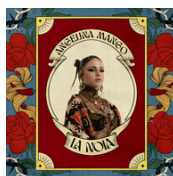
**5.**  
**100 MESSAGGI**  
Lazza



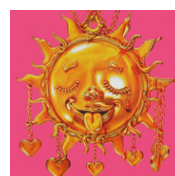
**6.**  
**SESSO E SAMBA**  
Tony Effe & Gaia



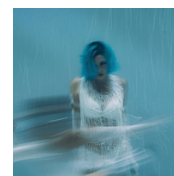
**7.**  
**L'ULTIMA POESIA**  
Geolier & Ultimo



**8.**  
**LA NOIA**  
Angelina Mango



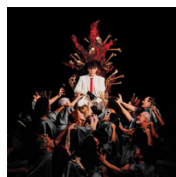
**9.**  
**30°C**  
Anna



**10.**  
**CLICK BOOM!**  
Rose Villain

TOP 100 Album & Compilation: si considerano gli album su supporto fisico (es. CD, Vinili), in download e gli ascolti in streaming premium e ad-supported  
TOP 100 Singoli: si considerano le canzoni con il maggior numero di download e con il maggior numero di ascolti in streaming audio e video, premium e ad-supported

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



**1.**  
**I NOMI DEL DIAVOLO**  
Kid Yugi



**2.**  
**LOCURA**  
Lazza



**3.**  
**THE TORTURED POETS DEPARTMENT**  
Taylor Swift



**4.**  
**CLUB DOGO**  
Club Dogo



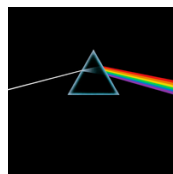
**5.**  
**ULTIMO**  
Ultimo



**6.**  
**DIO LO SA**  
Geolier



**7.**  
**HELLO\_WORLD**  
Pinguini Tattici Nucleari



**8.**  
**THE DARK SIDE OF THE MOON**  
Pink Floyd



**9.**  
**LUCK AND STRANGE**  
David Gilmour



**10.**  
**SANREMO 2024**  
Artisti vari

Top 20 Cd, Vinili e Musicassette: i 20 album in CD, vinile e musicassetta con il maggior numero di vendite rilevate all'interno dei canali rappresentati

## IL REPERTORIO LOCALE

Gli **investimenti** delle case discografiche nella scoperta e nella valorizzazione degli artisti locali, l'**innovazione tecnologica** e i **fan** sono i fattori che hanno contribuito alla crescita della presenza del

**repertorio locale** all'interno della classifica annuale, passato dal 59% all'84% negli ultimi dieci anni. si tratta di un fenomeno consolidato anche a livello europeo, definito **glocalizzazione**.

● Titoli italiani in Top 100 Album



## IL RICAMBIO GENERAZIONALE

Dal 2014 al 2024 l'**età media** degli artisti presenti nella Top 10 Album annuale è **diminuita del 31.7%** passando da una media 44.5 a 30.4 anni: si tratta di un **ricambio generazionale** che non si è visto

in nessun comparto della cultura e dell'intrattenimento in Italia. Grazie alle nuove tecnologie, gli artisti della GenZ hanno conquistato ampie fasce di pubblico, rivoluzionando generi e modelli di consumo.

● Età media artisti in Top 10 Album

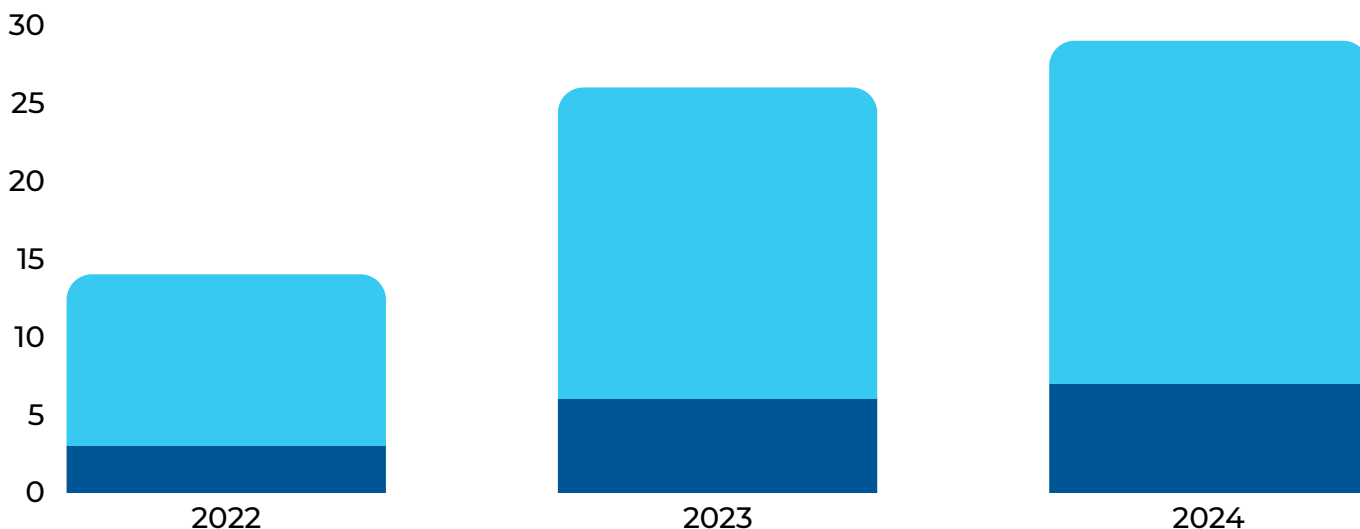


## LA QUESTIONE DI GENERE

Il dato promettente sul **crescente protagonismo femminile** nel mercato musicale è confermato dal numero di artiste donne presenti in **Top 20 Album 2024**, cresciuto del **300%** rispetto al 2023.

In questo trend si inserisce Anna, che con 'Vera Baddie' al terzo posto della chart album annuale ha interrotto i lunghi anni d'assenza dal podio annuale da parte di una female artist (l'ultima volta risale al 2018).

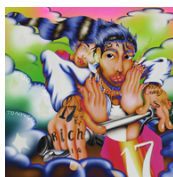
● Titoli in Top 50 Album    ● Titoli in Top 50 Singoli



## TOP 10 AIRPLAY | EARONE



**1.**  
**KARMA**  
The Kolors



**2.**  
**SESSO E SAMBA**  
Tony Effe & Gaia



**3.**  
**MALAVITA**  
Coma\_Cose



**4.**  
**TUTA GOLD**  
Mahmood



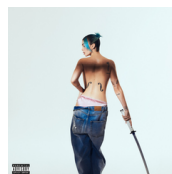
**5.**  
**LONELY DANCERS**  
Conan Gray



**6.**  
**TEXAS HOLD 'EM**  
Beyoncé



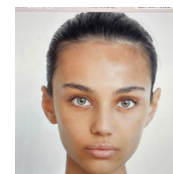
**7.**  
**STORIE BREVI**  
Tananai & Annalisa



**8.**  
**COME UN TUONO**  
Rose Villain  
feat. Guè

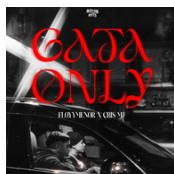


**9.**  
**CASA MIA**  
Ghali



**10.**  
**PAPRIKA**  
Ghali

## TOP 10 SONGS | TIKTOK



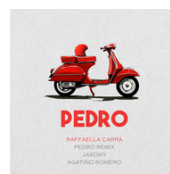
**1.**  
**GATA ONLY**  
FloyyMenor & Cris Mj



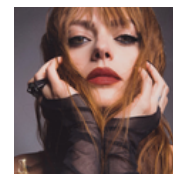
**2.**  
**AMORE NO - REMIX**  
Adriano Celentano



**3.**  
**L'ULTIMA POESIA**  
Geolier & Ultimo



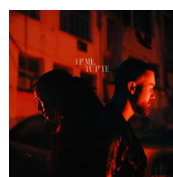
**4.**  
**PEDRO**  
Jaxomy & Agatino  
Romero & Raffaella Carrà



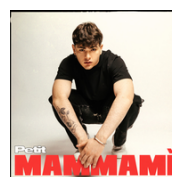
**5.**  
**SINCERAMENTE**  
Annalisa



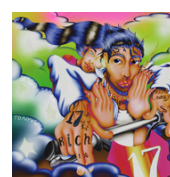
**6.**  
**30°C**  
Anna



**7.**  
**I P' ME, TU P' TE'**  
Geolier



**8.**  
**MAMMAMÌ**  
Petit

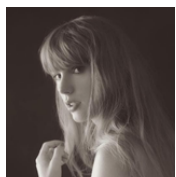


**9.**  
**SESSO E SAMBA**  
Tony Effe & Gaia

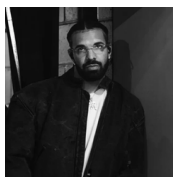


**10.**  
**SI ANTES TE  
HUBIERA CONOCIDO**  
Karol G

## GLOBAL ARTIST CHART | IFPI



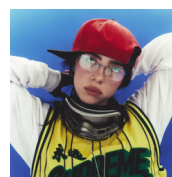
**1.**  
**TAYLOR SWIFT**



**2.**  
**DRAKE**



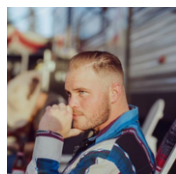
**3.**  
**SEVENTEEN**



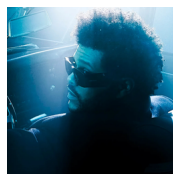
**4.**  
**BILLIE EILISH**



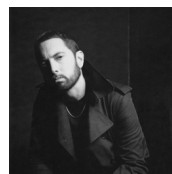
**5.**  
**STRAY KIDS**



**6.**  
**ZACH BRYAN**



**7.**  
**THE WEEKND**



**8.**  
**EMINEM**

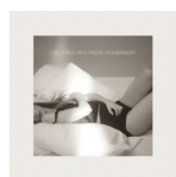


**9.**  
**KENDRICK LAMAR**



**10.**  
**SABRINA CARPENTER**

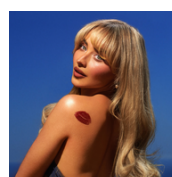
## GLOBAL ALBUM CHART | IFPI



**1.**  
**THE TORTURED  
POETS DEPARTMENT**  
Taylor Swift



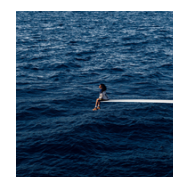
**2.**  
**HIT ME HARD  
AND SOFT**  
Billie Eilish



**3.**  
**SHORT N' SWEET**  
Sabrina Carpenter



**4.**  
**ROMANCE: UNTOLD**  
Enhypen



**5.**  
**SOS**  
SZA



**6.**  
**SPILL THE FEELS**  
Seventeen



**7.**  
**ONE THING AT A TIME**  
Morgan Wallen



**8.**  
**17 IS RIGHT HERE**  
Seventeen



**9.**  
**STICK SEASON**  
Noah Kahan



**10.**  
**ATE**  
Stray Kids

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

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 da IFPI secondo una rigorosa metodologia basata sull'economia relativa di ogni formato in ogni regione a livello globale

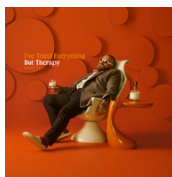
## GLOBAL SINGLES CHART | IFPI



**1.**  
**BEAUTIFUL THINGS**  
Benson Boone



**2.**  
**ESPRESSO**  
Sabrina Carpenter



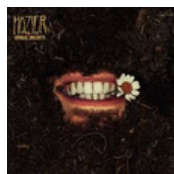
**3.**  
**LOSE CONTROL**  
Teddy Swims



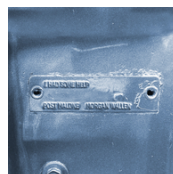
**4.**  
**BIRDS OF A FEATHER**  
Billie Eilish



**5.**  
**A BAR SONG (TIPSY)**  
Shaboozey



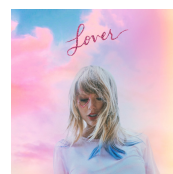
**6.**  
**TOO SWEET**  
Hozier



**7.**  
**I HAD SOME HELP**  
Post Malone  
feat. Morgan Wallen



**8.**  
**NOT LIKE US**  
Kendrick Lamar

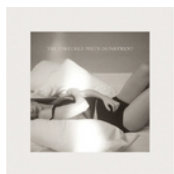


**9.**  
**CRUEL SUMMER**  
Taylor Swift

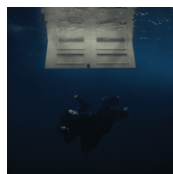


**10.**  
**STICK SEASON**  
Noah Kahan

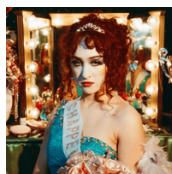
## GLOBAL VINYL CHART | IFPI



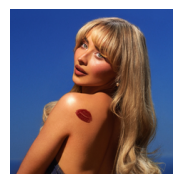
**1.**  
**THE TORTURED POETS DEPARTMENT**  
Taylor Swift



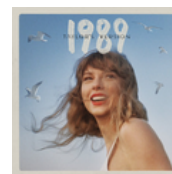
**2.**  
**HIT ME HARD AND SOFT**  
Billie Eilish



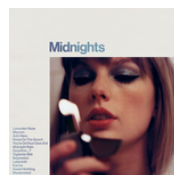
**3.**  
**THE RISE AND FALL OF A MIDWEST PRINCESS**  
Chappell Roan



**4.**  
**SHORT N' SWEET**  
Sabrina Carpenter



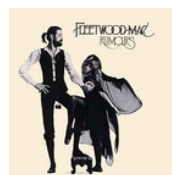
**5.**  
**1989 (TAYLOR'S VERSION)**  
Taylor Swift



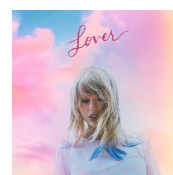
**6.**  
**MIDNIGHTS**  
Taylor Swift



**7.**  
**FOLKLORE**  
Taylor Swift



**8.**  
**RUMOURS**  
Fleetwood Mac



**9.**  
**LOVER**  
Taylor Swift



**10.**  
**BRAT**  
Charli XCX

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

IFPI Global Vinyl Chart: include solo le vendite di album in vinile e viene calcolata in base al numero di unità vendute. Per qualificarsi come album ai fini delle classifiche, una release deve contenere un minimo di cinque tracce (esclusi remix o versioni alternative della stessa traccia)

# LE CERTIFICAZIONI

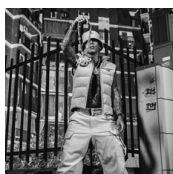
Il 2024 ha registrato un totale di **1.749 certificazioni** attribuite, suddivise tra **267 album**, **7 compilation** e **1.475 singoli** - tra cui anche un **diamante**: non

succedeva dal 2011 per un Album - a testimonianza del dinamismo del mercato, guidato dallo streaming, che ha segnato importanti traguardi.

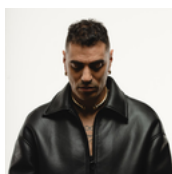
## TOP 10 ARTISTI PIÙ CERTIFICATI 2024 | FIMI AWARDS



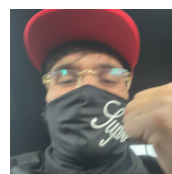
**LAZZA**  
1 diamante  
67 platini  
17 ori



**SFERA EBBASTA**  
111 platini  
8 ori



**MARRACASH**  
71 platini  
5 ori



**GEOLIER**  
67 platini  
20 ori



**PINGUINI TATTICI NUCLEARI**  
65 platini  
5 ori



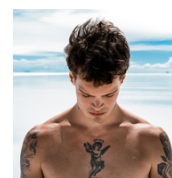
**GUÈ**  
48 platini  
14 ori



**TEDUA**  
46 platini  
10 ori



**ULTIMO**  
43 platini  
3 ori



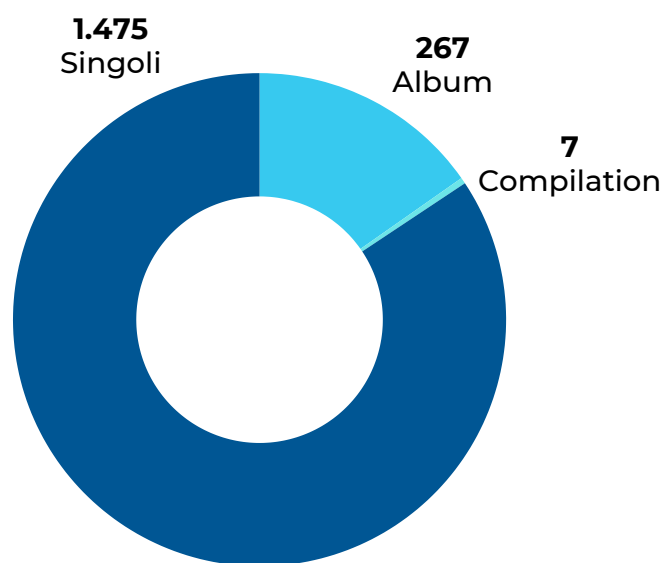
**BLANCO**  
42 platini



**ANNA**  
37 platini  
7 ori

“Oltre a mettere in evidenza il successo di brani e album, gli award sono lo strumento con cui si premia l'intera vita di un prodotto musicale: lo testimonia più del 70% dei titoli certificati nel 2024, pubblicato prima del 2023. Le certificazioni si dimostrano inoltre un perfetto indicatore dell'eterogeneità degli artisti più apprezzati del panorama: nell'ultimo anno il 30% dei premiati appartiene alla generazione post-millennials (fino a 29 anni), il 45% a quella dei millennials e il 25% è dei pre-millennials (over 45).”

Vincenzo Mastrofilippo, Sales Effectiveness Lead & Sub Lead Market Intelligence, GfK - An NIQ Company



## LE NUOVE SOGLIE

A partire dalla **week 01/2025** le soglie di vendita per le certificazioni dei **Singoli** hanno subito un aggiornamento passando alle **100.000 unità vendute per l'oro** e **200.000 per il platino**. Questa decisione riflette l'evoluzione del mercato musicale e l'aumento della fruizione digitale, che ha ampliato significativamente il pubblico per ogni singolo brano.

Tale aggiornamento delle soglie mira a garantire che le certificazioni continuino a rappresentare fedelmente il successo commerciale e la rilevanza culturale delle opere musicali. FIMI conferma l'impegno nell'adeguare i parametri di misurazione ai mutamenti del mercato, promuovendo **uno standard di qualità e trasparenza per l'industria musicale italiana**.

### ALBUM & COMPILATION

AWARD	UNITÀ VENDUTE
ORO	25.000
PLATINO	50.000
2X PLATINO	100.000
3X PLATINO	150.000
4X PLATINO	200.000
5X PLATINO	250.000
6X PLATINO	300.000
7X PLATINO	350.000
8X PLATINO	400.000
9X PLATINO	450.000
DIAMANTE	500.000

### SINGOLI

AWARD	UNITÀ VENDUTE
ORO	100.000
PLATINO	200.000
2X PLATINO	400.000
3X PLATINO	600.000
4X PLATINO	800.000
5X PLATINO	1.000.000
6X PLATINO	1.200.000
7X PLATINO	1.400.000
8X PLATINO	1.600.000
9X PLATINO	1.800.000
DIAMANTE	2.000.000



# FOCUS ON: SUPERFAN

## Il fenomeno



Da consumatori in coda alla filiera a protagonisti dell'industria musicale, i **superfan** sono sempre più al centro delle strategie discografiche e stanno diventando cruciali per il successo degli artisti.

Questi 'heavy buyer' interagiscono con i loro beniamini in almeno **cinque modalità differenti**, attraverso **streaming, social media**, partecipazione ai **concerti**, oltre all'acquisto di **musica fisica** e **merchandising**. I superfan rappresentano il **20% degli ascoltatori musicali** e **spendono** rispetto alla media dei consumatori il **105% in più per l'acquisto di musica fisica** e il **66% in più per assistere a spettacoli di musica dal vivo**.



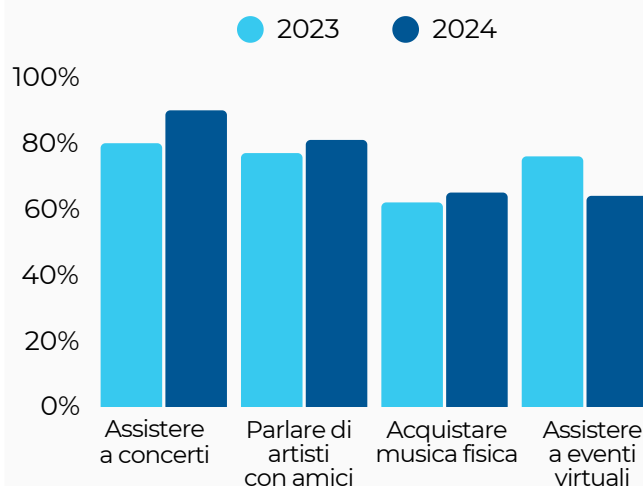
## L'IMPATTO DEI SUPERFAN

**90%** superfan che hanno assistito a concerti dal vivo nel 2024 (vs media del 59%)

**81%** superfan che hanno interagito con artisti parlando di loro con amici o familiari (vs media del 41%)

**73%** superfan che hanno comprato prodotti di merchandise (vs media del 26%)

Fonte: Luminate



“In un mondo dominato dalla guerra per l'attenzione, oggi è più che mai cruciale sviluppare strategie volte a individuare e valorizzare i superfan. Estendere l'audience di ciascun artista è fondamentale per generare ascolti attivi e acquisti diretti, oltre che costruire una community in cui i fan si identificano negli stessi valori, creando un legame emotivo che li trasforma in ambassador spontanei. Questa connessione genera promozione organica, aumentando la reach e allargando il pubblico attraverso un processo di "fan journey" che si autoalimenta: coltivare i superfan oggi vuol dire d'altronde costruire il catalogo di domani.”

**Eleonora Bianchi,**  
Digital Services & Consumption Director,  
Universal Music Italia



# L'AI GENERATIVA

## Lo scenario



Il mercato dell'**AI generativa** sta crescendo rapidamente in tutti i settori, soprattutto in quello delle industrie creative. Entro il **2028**, il **valore** stimato degli **output generati dall'AI nella musica sarà di 16 miliardi di euro**. Tuttavia, senza un quadro normativo adeguato, i creator non beneficeranno della rivoluzione dell'AI generativa, subendo perdite significative su due fronti: la **mancata remunerazione** per l'uso non autorizzato delle loro opere nei modelli di AI generativa e la **sostituzione dei ricavi tradizionali** a causa della competizione con gli output generati dall'AI.



LE  
DIMENSIONI  
DEL  
MERCATO

Gli output generati dall'AI nella musica raggiungeranno i €40 miliardi nei prossimi 5 anni, raggiungendo un valore annuo di €16 miliardi nel 2028



LA PERDITA  
DI  
ENTRATE

Entro il 2028 l'AI generativa potrebbe mettere a rischio il 24% delle entrate dei creator rappresentando una perdita di €10 miliardi in cinque anni



I RICAVI DEI  
SERVIZI DI AI  
GENERATIVA

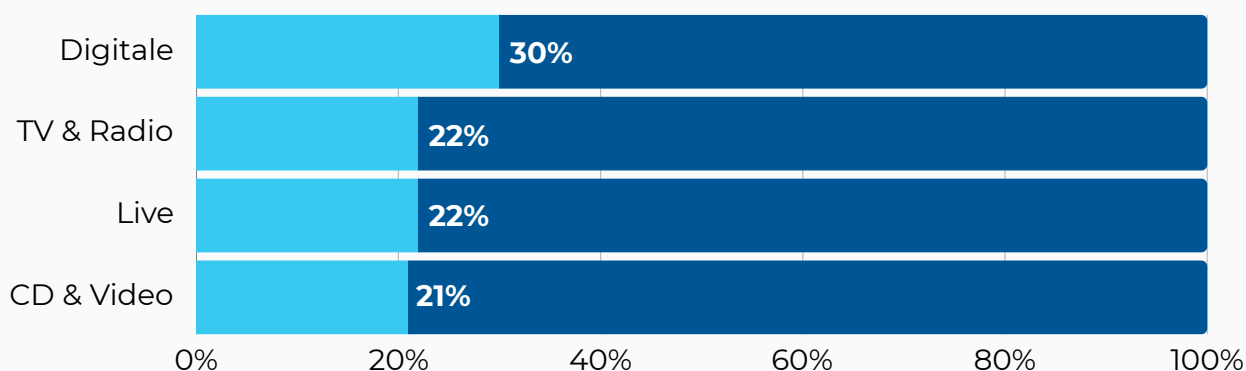
I servizi di AI generativa nella musica raggiungeranno i €4 miliardi nel 2028, con un totale cumulativo di €8 miliardi in cinque anni

## L'IMPATTO DELL'AI GENERATIVA NELLA MUSICA

All'interno della perdita potenziale stimata per i creatori musicali, alcuni settori saranno particolarmente colpiti. L'impatto

potenziale sarà significativo per la raccolta digitale, la TV e la radio e la musica live e di sottofondo.

### Tasso di cannibalizzazione dei ricavi dei creators di musica



## LE PRINCIPALI MODALITÀ D'UTILIZZO DELL'AI GENERATIVA

### > CURATION E CONSUMO SULLE PIATTAFORME STREAMING

Gli ascoltatori di musica diventano curatori attivi, generando e condividendo tracce create dall'AI generativa

### > DISTRIBUZIONE DI MUSICA SUI SERVIZI STREAMING

La musica generata dall'AI invade progressivamente le piattaforme di streaming musicale attraverso i canali di distribuzione tradizionali o con le tracce AI generate dai DSP e promosse agli utenti in playlist personalizzate

### > MUSICA DI SOTTOFONDO

La musica generata dall'AI sostituisce la musica tradizionale per la sonorizzazione di sottofondo in luoghi pubblici o produzioni audiovisive. Inoltre, cresce rapidamente nei contenuti generati dagli utenti sui social media

### > MUSICA UTILIZZATA PER CONTENUTI PRINCIPALI

La musica generata dall'AI viene utilizzata anche per creare contenuti musicali principali in alcune opere audiovisive a basso budget (videogiochi, film o serie), consentendo una riduzione dei costi di produzione

Fonte: CISAC

# FOCUS ON: CONTENT PROTECTION

## Lo scenario europeo

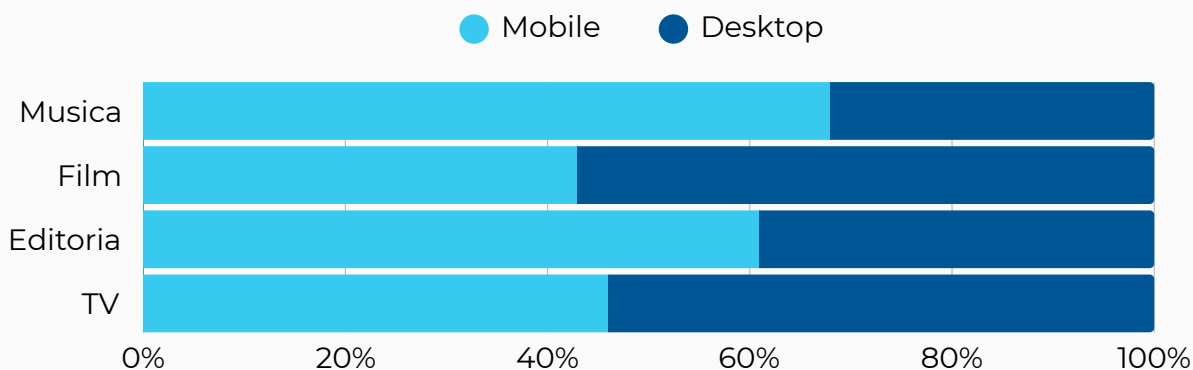


La **pirateria musicale** ha chiuso il 2023 a **0.6 accessi al mese per utente di internet** nell'UE, pari a un quarto del totale registrato nel 2017. Il metodo preferito per l'accesso ai contenuti musicali rimane lo **stream ripping**, che rappresenta circa il 50% del totale degli accessi pirata, seguito dal **download** con il 26% e dallo **streaming** con il 21%. Il mezzo più utilizzato per la fruizione di contenuti pirata è il **mobile**, che registra circa il doppio degli accessi rispetto al desktop. Fattori come la **disuguaglianza**, la **demografia giovanile** e l'**atteggiamento nei confronti della content protection** sono legati a maggiori livelli di pirateria musicale.

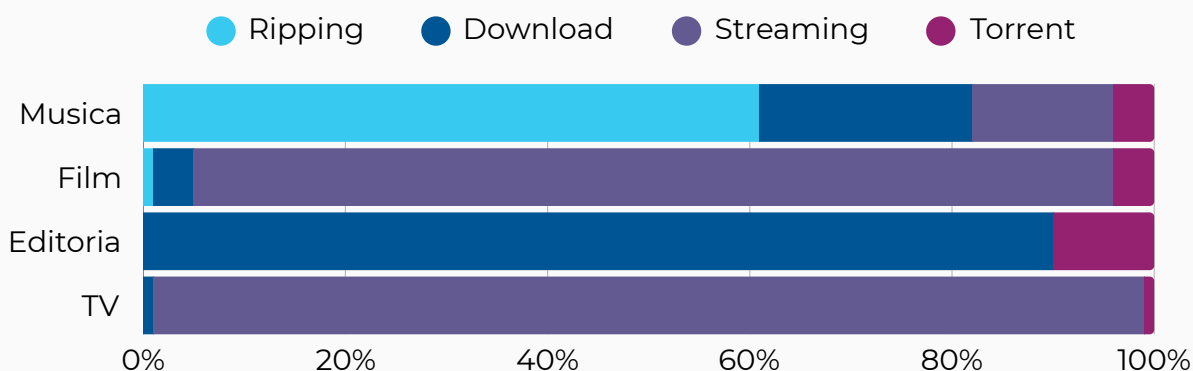


# LO SCENARIO ITALIANO

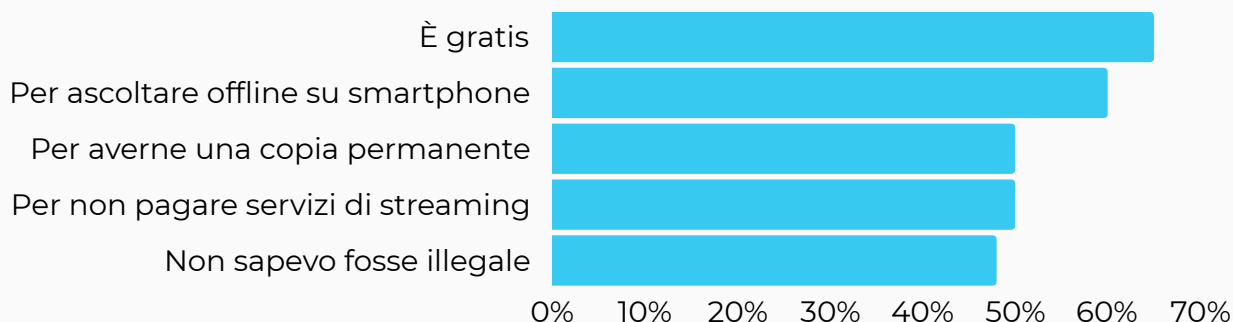
## Device utilizzati per accedere a contenuti pirata



## Formati utilizzati per accedere a contenuti pirata



## I principali motivi per cui si utilizza lo stream ripping per fruire di contenuti musicali



Fonte: EUIPO

# LA PROTEZIONE DEI CONTENUTI

Sul fronte tecnologico la sfida della protezione dei contenuti è già iniziata: se da un lato i sistemi automatizzati di tutela fanno ormai largo uso di tool di AI, dall'altro è necessario sviluppare sofisticati strumenti di riconoscimento e matching vocale, strumenti di analisi dei data set e di fingerprint, e tecnologie di monitoraggio per la detection di deep fake e altri prodotti non autorizzati creati con l'AI.



**Luca Vespignani, Amministratore Delegato DcP - Digital Content Protection, Segretario Generale, FPM**

La tutela dei diritti è indiscutibilmente all'alba di una nuova rivoluzione. Dal 1999 - l'anno che con l'avvento di Napster cambiò la storia dell'industria musicale e della lotta per la tutela del diritto d'autore - a oggi, diverse tappe hanno definito l'antipirateria, a partire da quella prima rivoluzione che impose un totale ripensamento degli standard giuridici con la revisione dei regimi di responsabilità degli intermediari della rete.

È una rivoluzione combattuta anche a livello tecnologico: è oggi diventato infatti possibile intervenire in tempi rapidissimi grazie a infrastrutture complesse che integrano web scraping, machine learning e tecniche di NLP, image recognition, fingerprinting e AI.

È proprio quest'ultima a guidare la seconda rivoluzione, un fenomeno a due facce: opportunità di business legittimo - persino strumento ad alto valore aggiunto per la tutela dei diritti - e, allo stesso tempo, seria minaccia per i diritti. Anche in questo caso l'Europa si è mossa velocemente, approvando nel febbraio 2024 l'AI ACT e ridefinendo i nuovi pilastri della convivenza: protezione della creatività degli artisti e delle opere tutelate, diritto di opt in / opt out per i titolari dei diritti, obblighi di trasparenza e tracciabilità per i dataset utilizzati per l'addestramento dei sistemi. I lavori in corso sull'Atto europeo dovranno essere attentamente monitorati per evitare che questi pilastri non vengano rispettati.

# LE SFIDE DEL 2025

➤ “Warner Music Italia ha vissuto un 2024 straordinario, grazie alla crescita della label e ai successi del repertorio locale: è uno sviluppo reso possibile dal talento e da una visione che ci ha permesso di continuare a innovare e investire nel nostro futuro. Per il 2025 il nostro obiettivo è chiaro: mantenere questo trend positivo e continuare a crescere, offrendo opportunità ai nostri artisti e contribuendo all’evoluzione del mercato musicale continuando a investire sulle nuove generazioni e a supportare i propri artisti con passione, creatività e una visione internazionale”.

**Pico Cibelli,**  
Presidente e Amministratore Delegato,  
Warner Music Italy

➤ “Iniziato in modo estremamente positivo con la vittoria di Olly a Sanremo, l’esplosione di Giorgia, la conferma del talento di Bresh e l’ottima performance di tutti gli artisti che hanno partecipato al Festival, il 2025 di Sony avrà come sfida principale la continuità dei progetti e la costruzione di nuove opportunità in un contesto di mercato estremamente competitivo, con l’ausilio di un team in gran parte nuovo, molto motivato e al lavoro sulle nuove release così come sul vastissimo catalogo, e una particolare attenzione al repertorio per i bambini”.

**Andrea Rosi,**  
Presidente & CEO, Sony Music Italy

➤ “Il 2024 è stato un anno di successi straordinari per Universal Music Italia. Le nostre sfide per il 2025 saranno quelle di continuare a difendere il valore creativo e commerciale dei nostri artisti e della musica, di sviluppare e rafforzare le strategie D2C per soddisfare al meglio i desideri dei superfan, di creare nuove opportunità di mercato e infine di potenziare sempre più lo sviluppo e la crescita di nuovi artisti”.

**Alessandro Massara,**  
Presidente & CEO, Universal Music Italia

➤ “A dieci anni dall’inizio della nostra avventura discografica siamo fieri d’essere considerati un’alternativa solida alle major. In questo processo è stato fondamentale il nostro ruolo di editori: siamo riusciti con un piccolo team a guadagnarci la fiducia di autori e artisti che rispecchiano il DNA della nostra visione discografica ed editoriale. Tra questi, in uscita nel 2025: Francesco Gabbani, Baustelle, Niccolò Fabi, Mannarino, Fabrizio Moro, La Nina, Ditonellapiaga, Lil Jolie insieme a Vale Lp. Senza dimenticare l’instancabile Ornella Vanoni e il grande ritorno sulle scene di Caparezza”.

**Dino Stewart,**  
Managing Director, BMG





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.