



MUSIC LISTENING 2019

Estratto italiano

INDICE

IL CONSUMO DI
MUSICA IN ITALIA

MUSICA & DEVICE

IL CONSUMO
VIA RADIO

FRANCES MOORE

CHI È IL
MUSIC LOVER?

I GENERI PIÙ
ASCOLTATI

IL CONSUMO IN
STREAMING

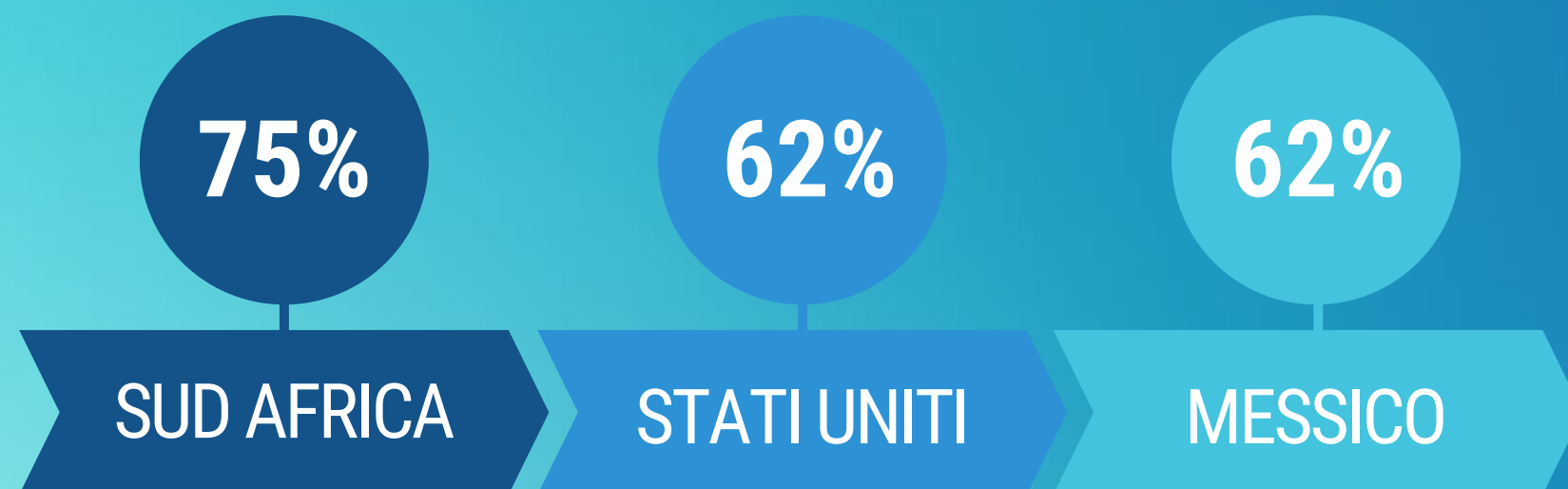
ABITUDINI
D'ACQUISTO

NOTA
METODOLOGICA

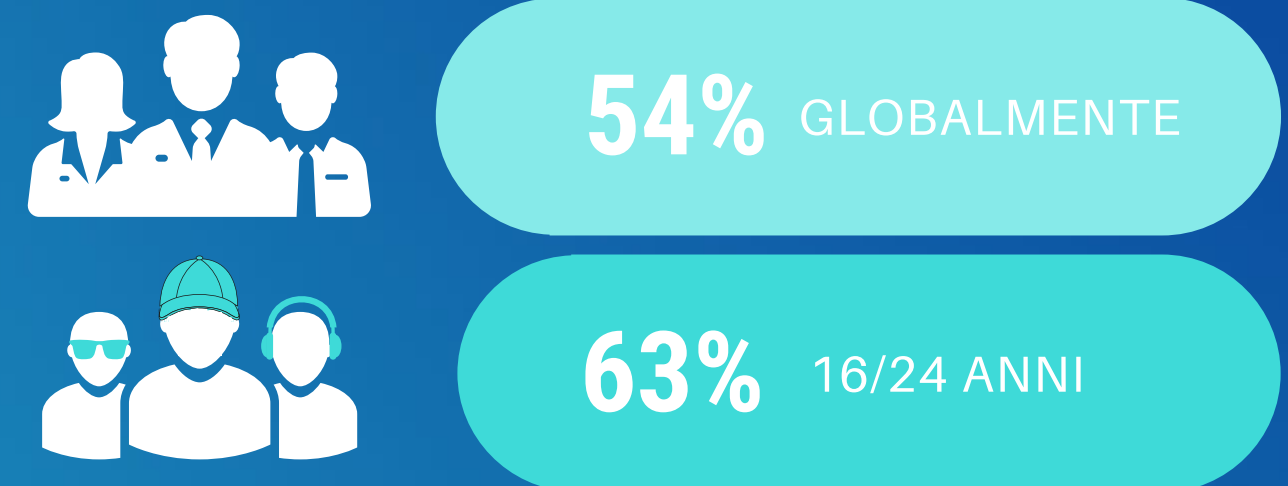
CHI È IL MUSIC LOVER?



TOP 3 MUSIC FANATIC



AMA LA MUSICA



IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



16,3 ORE

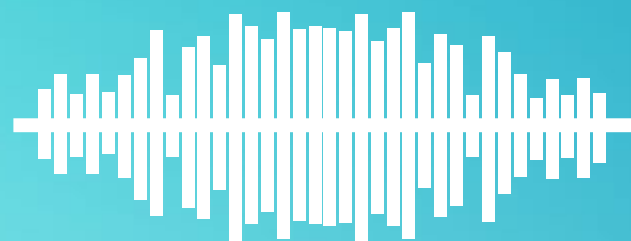
TEMPO SPESO OGNI SETTIMANA
NELL'ASCOLTO DI MUSICA

PIÙ DI 2,3 ORE AL GIORNO

EQUIVALENTI A

46

CANZONI DA
3 MINUTI



57%

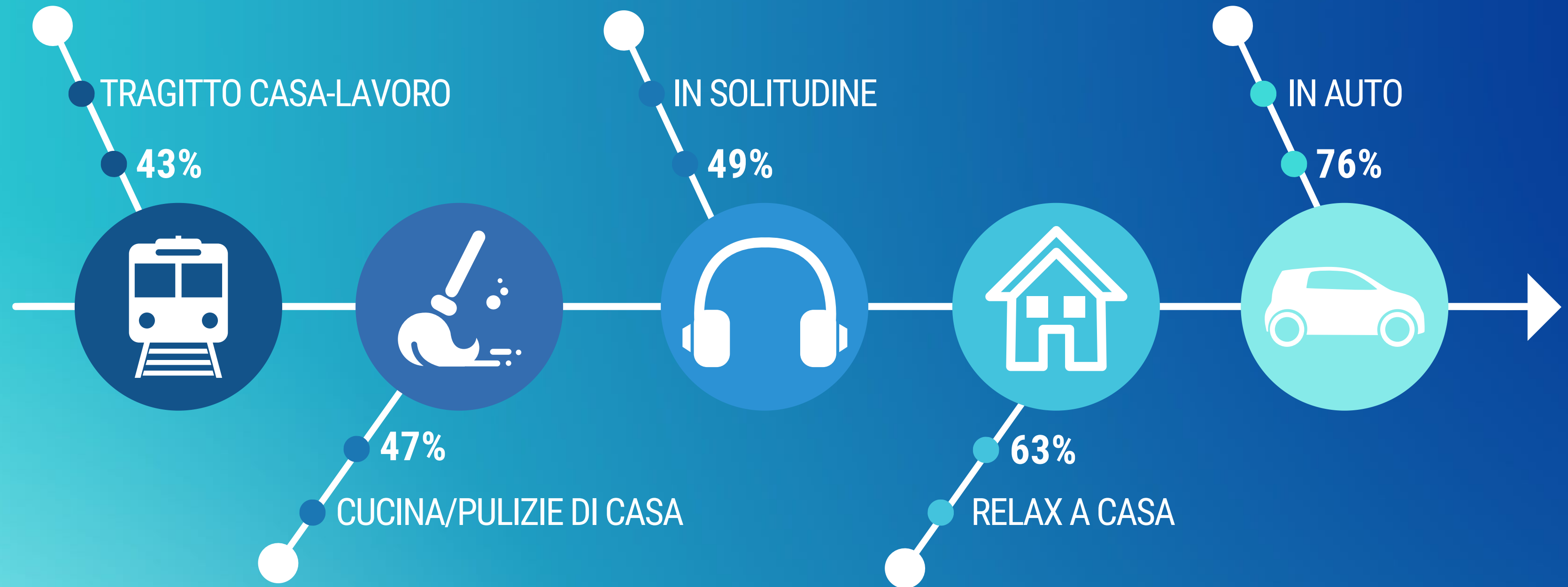
HA USATO UN SERVIZIO
DI AUDIO STREAMING
NELL'ULTIMO MESE

59%

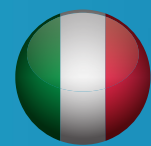
SI DICHIARA AMANTE
O FANATICO DELLA
MUSICA



IL CONSUMO DI MUSICA IN ITALIA



I GENERI PIÙ ASCOLTATI



16/24

25/34

35/44

POP

60%

63%

68%

68%

64%

ITALIAN POP

2%

61%

51%

56%

66%

ROCK

52%

54%

45%

57%

58%

CANTAUTORATO

22%

49%

29%

39%

47%

DANCE / HOUSE

27%

28%

35%

38%

25%

HIP-HOP / TRAP

26%

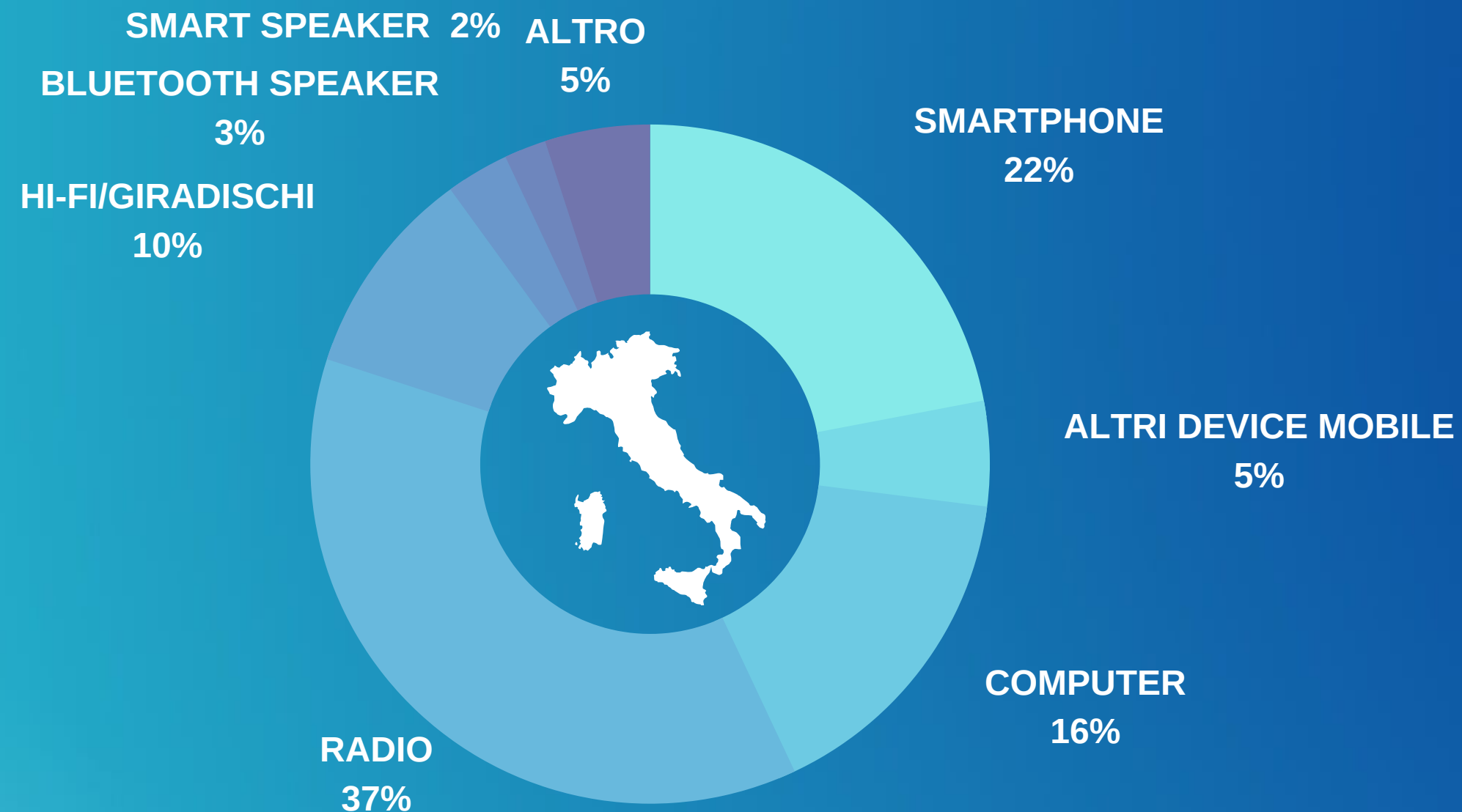
25%

53%

27%

26%

MUSICA & DEVICE



USO DI SMART SPEAKER



STATI UNITI	34%	GALENALE	20%
REGNO UNITO	30%	ITALIA	16%
GERMANIA	22%		

SMARTPHONE & GIOVANI

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

IL CONSUMO IN STREAMING



90%
ASCOLTA MUSICA
ON-DEMAND



2
ORE DI
AUDIO STREAMING



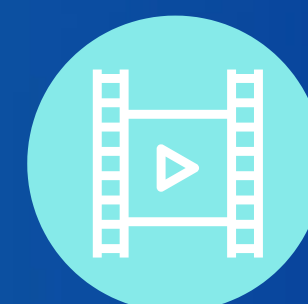
57%
CONSUMA MUSICA
IN STREAMING



41%
DEI 16-24 ANNI USA
STREAMING PREMIUM

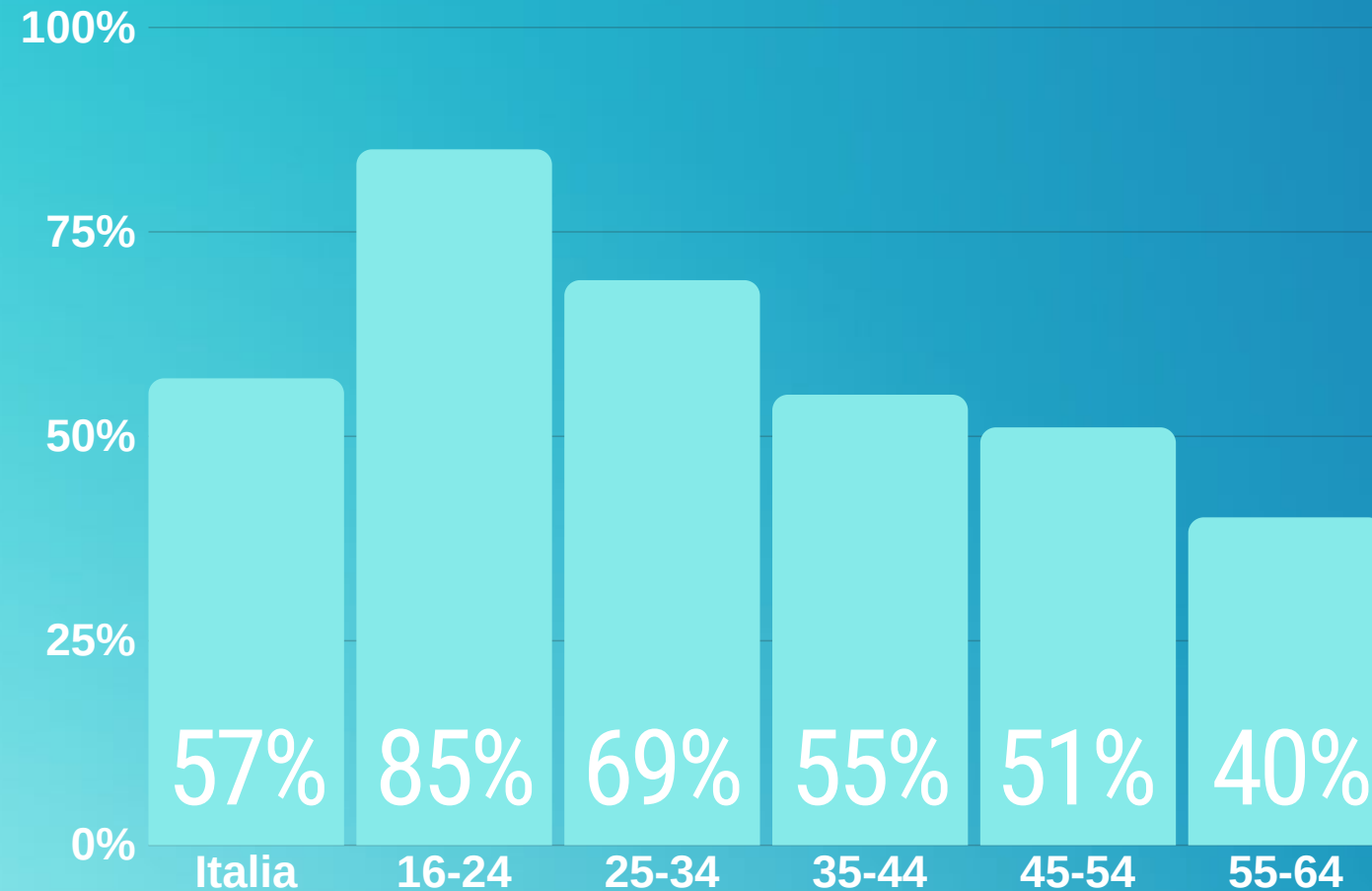


71%
DEI 16-24 ANNI ASCOLTA
MUSICA IN STREAMING



3,7
ORE DI
VIDEO STREAMING

AUDIO STREAMING ENGAGEMENT



VIDEO STREAMING ON-DEMAND

VIDEO
STREAMING **61%**
23% **16%**
PAID FREE

81% USA YOUTUBE
PER LA MUSICA



IL CONSUMO VIA RADIO



29%

ASCOLTA PIÙ MUSICA IN RADIO
RISPETTO ALL'ANNO SCORSO



DEVICE PIÙ UTILIZZATI



SMARTPHONE
46%



RADIO
53%

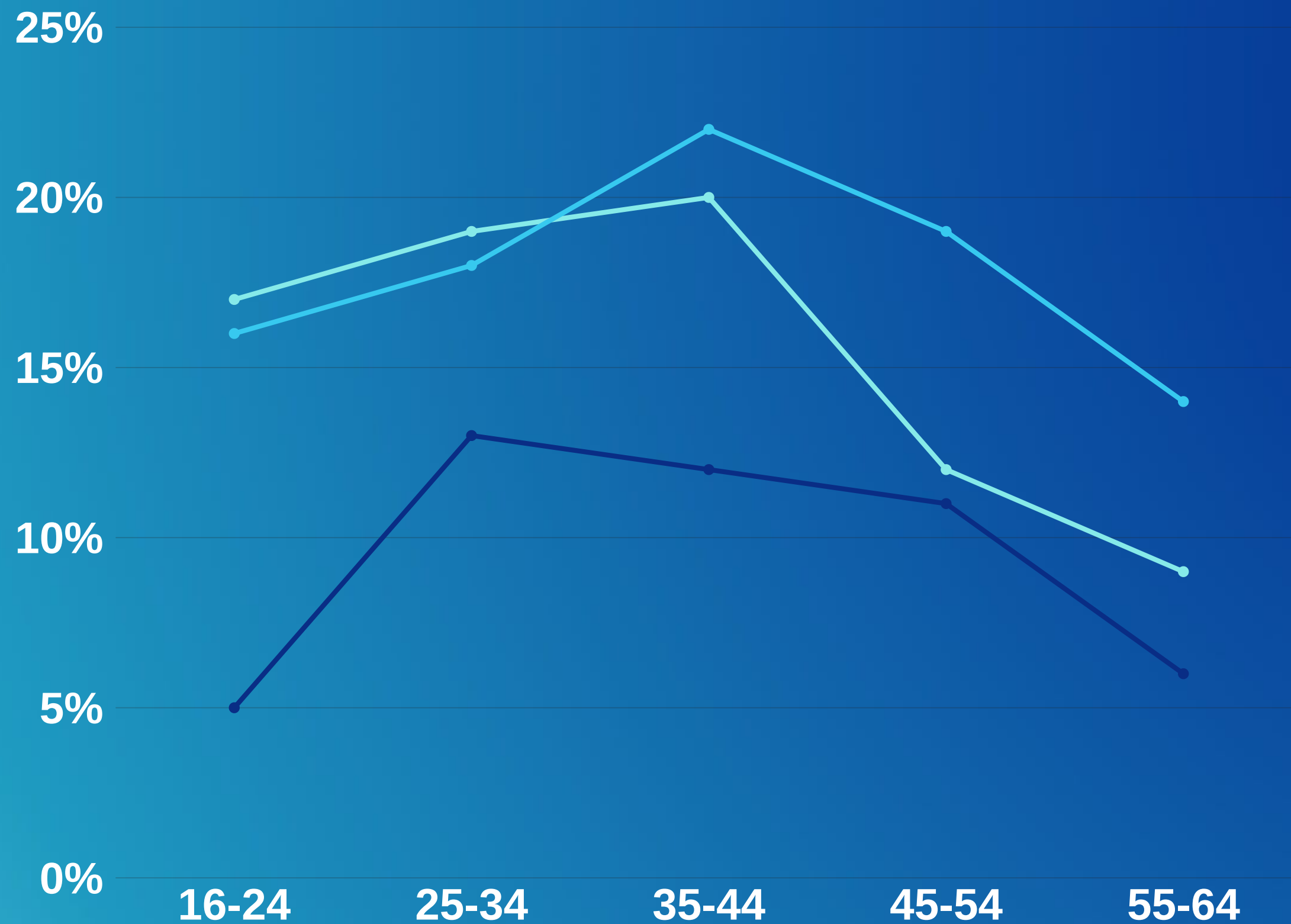


SMART SPEAKER
7%

POPOLARITÀ DELLA RADIO

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

ABITUDINI D'ACQUISTO



“

FRANCES MOORE

CEO IFPI

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

”

NOTA METODOLOGICA

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

In totale sono stati intervistati **34.000 utenti**: campioni di quote rappresentative a livello nazionale tra 1.000 e 3.000 intervistati sono stati stabiliti in base alla dimensione della popolazione e alla struttura demografica. Ciò ha assicurato un errore standard di +/- 3%, con un livello di affidabilità del 95%.

La progettazione, la costruzione e l'analisi dei dati sono state condotte da IFPI con attività sul campo organizzate da **AudienceNet**.

