

L'evoluzione della musica: digital, streaming e social media

AUDIZIONE PRESSO UFFICIO DI PRESIDENZA
7^a COMMISSIONE (Istruzione)

SULL'AFFARE ASSEGNATO MUSICA (ATTO N. 409)

1. Mercato Discografico Globale

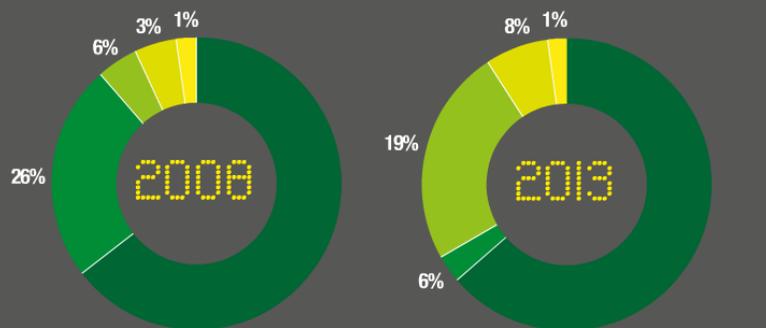


Il mercato globale nel 2013

Totale Fatturato Globale: 15 miliardi di 15 \$

Digitale in crescita del **4,3%**
Rappresenta il **39%** del mercato

SCOMPOSIZIONE DEL FATTURATO DIGITALE PER FORMATO, 2008-2013



■ DOWNLOAD ■ MOBILE ■ ABONAMENTI
■ STREAMING FINANZIATO DALLA PUBBLICITÀ ■ ALTRO

Fonte: IFPI

% DI UTENTI INTERNET CHE HANNO USATO SERVIZI DI STREAMING IN ABBONAMENTO* O PIATTAFORME DI DOWNLOAD NEGLI ULTIMI SEI MESI



Fonte: IPSOS MEDIACT
* IL DATO INCLUDE ANCHE GLI UTENTI GRATUITI DEI SERVIZI IN ABBONAMENTO

Negli ultimi cinque anni i servizi in abbonamento e le piattaforme finanziate dalla pubblicità hanno accresciuto dal 9 al 27% la loro incidenza sui ricavi digitali

Top 20: i ricavi nel mercato discografico (2013)

	Country	Trade value			Market split (Trade value)			
		US\$(M)	Local Currency (M)	% change	Physycal	Digital	Perf. right	Synch.
1	USA	4,473.5	4,473.5	0.8%	30%	60%	6%	4%
2	Japan	3,012.0	293,998.2	-16,7%	80%	16%	3%	1%
3	Germany	1,365.1	1,023.9	1.1%	73%	21%	6%	1%
4	UK	1,303.5	834.2	2.2%	44%	44%	10%	2%
5	France	956.2	717.1	1.3%	64%	23%	12%	2%
6	Australia	430.8	448.1	-8.4%	37%	54%	7%	2%
7	Canada	424.1	436.9	-2.5%	41%	50%	7%	2%
8	Italy	238.8	179.1	8.3%	56%	27%	15%	3%
9	Brazil	227.9	492.3	-1.7%	54%	34%	12%	1%
10	South Korea	211.3	232,249.4	9.7%	46%	51%	2%	0%

FONTE: RIN 2014

2. Mercato Italiano



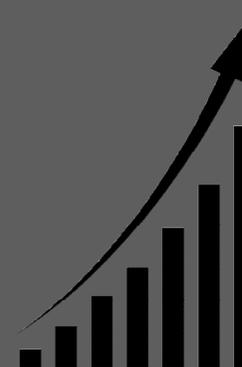
Il mercato italiano nel 2013

Nel 2013 il mercato discografico italiano ottiene un **+2%**.

Il segmento digitale corrisponde al **31%** del totale, di cui:

Lo streaming segna un **+182%**

Il download un **+6%**



Il mercato italiano: i ricavi (2013)

RECORDED MUSIC REVENUE (US\$ MILLIONS, TRADE VALUE)

	Physical	Digital	Performance Right	Synchronisation revenue	Total (US\$)	Total (EUR)	Total % Change
2013	132.6	64.1	35.4	6.7	238.8	179.1	+8.3%
2012	139.3	54.6	20.9	5.7	220.6	165.4	-9.7%
2011	177.8	40.1	20.0	6.4	244.3	183.2	+1.2%
2010	177.7	31.8	23.1	8.8	241.4	181.1	+1.0%
2009	183.6	29.4	26.0		239.0	179.2	-18.1%

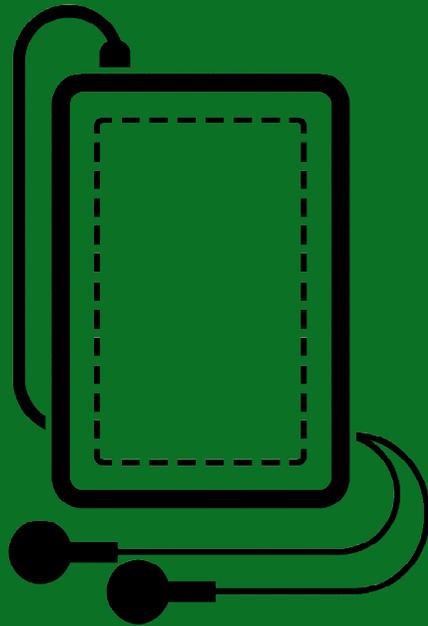
6 Mesi

2014

9 Mesi

Il mercato cresce del **+7%** 

Lo streaming registra un **+95%**  che rappresenta il **55%** del segmento digitale



Il mercato cresce del **+5%** 

Il segmento digitale segna un **+20%** di cui:

+89% per lo streaming
(Servizi in abbonamento + Ad Supported)

-19% per il download

“Anche il trend sul vinile continua a crescere con un **+66%**”

3.La composizione dei ricavi



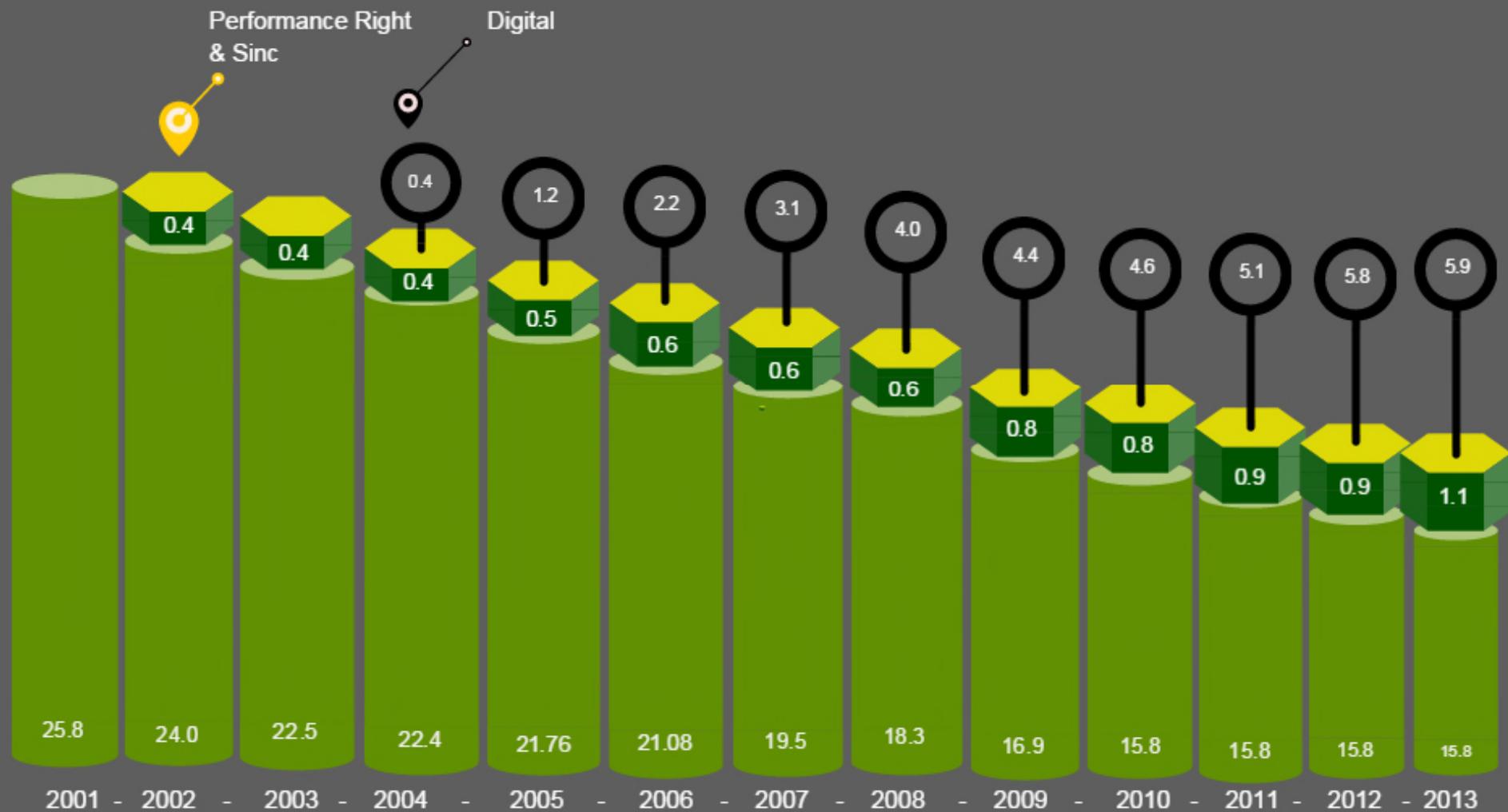
La composizione dei ricavi digitali



Fonte: Ifpi

F.I.M.I.

La Sfida: Invertire il Trend



Fonte: Ifpi - RIN

F.I.M.I.

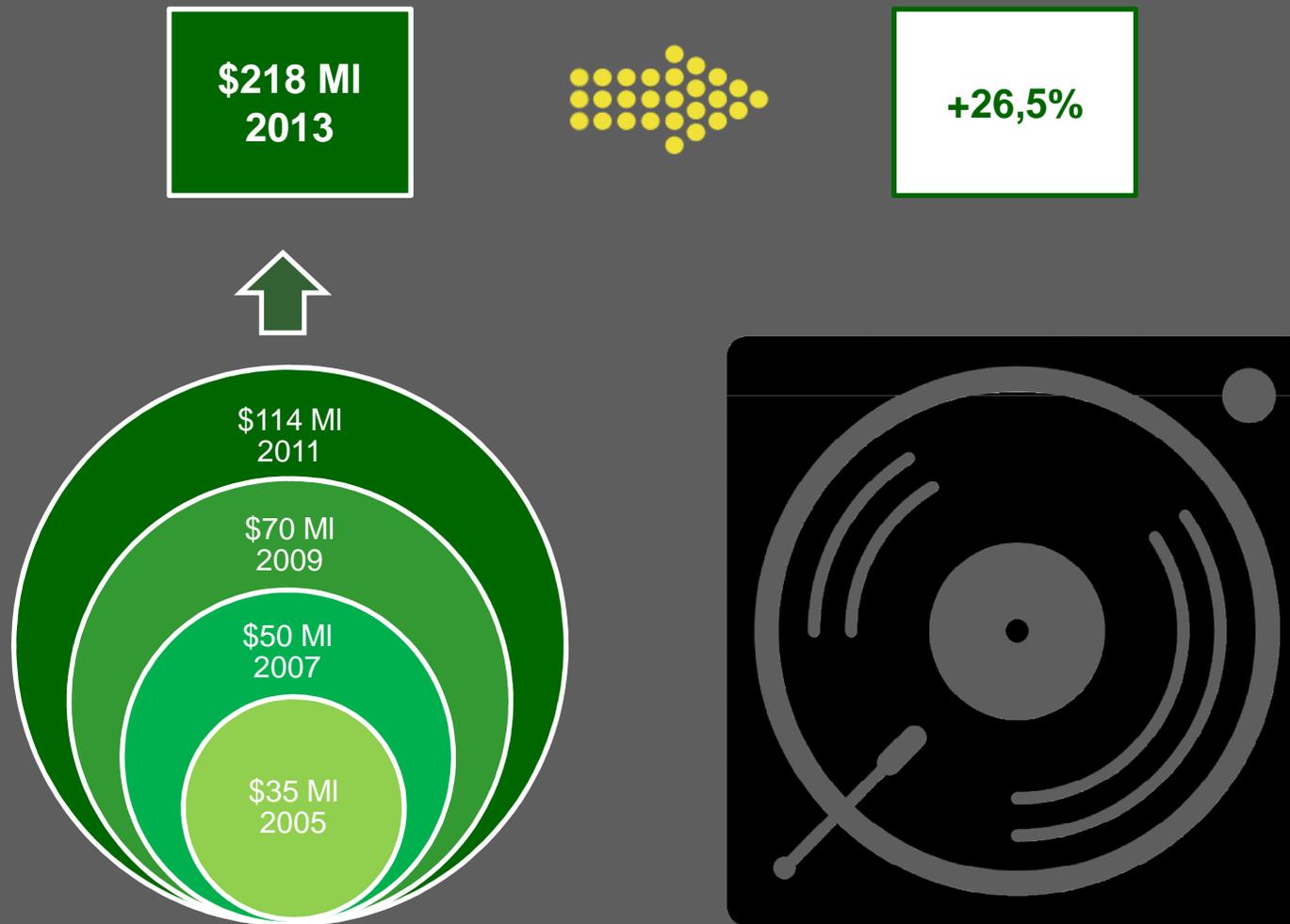
Differenziare per Sopravvivere



La nuova struttura del mercato richiede di differenziare le fonti di ricavo.

Live, Management digitale, Merchandising, Sincronizzazioni, Partnership, Co-Branding.

La Crescita del Vinile

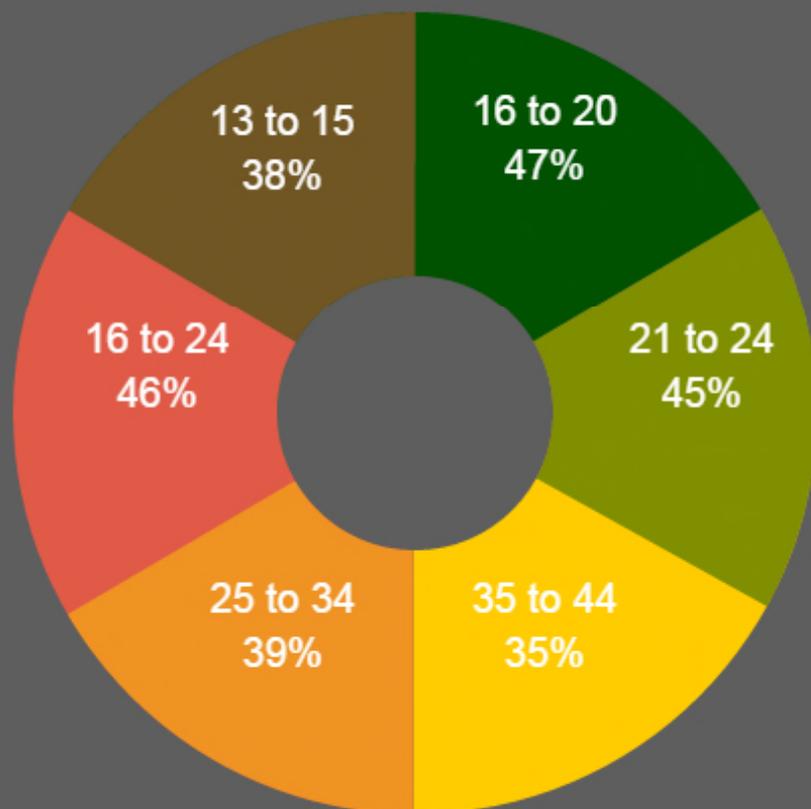


Fonte: Ifpi (RIN 2014)

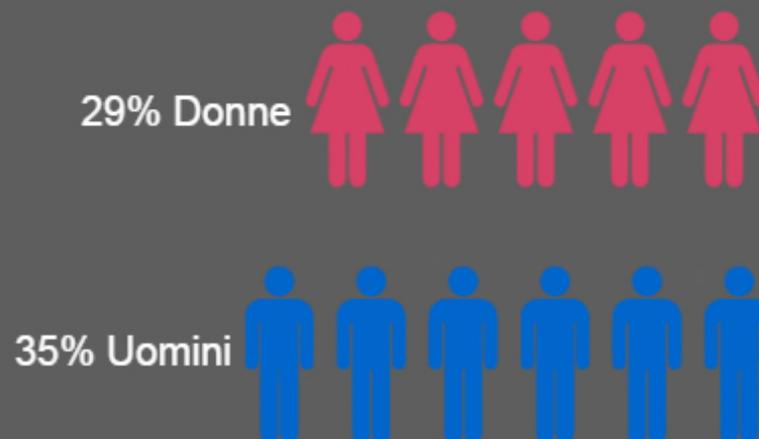
F.I.M.I.

Il pubblico dello streaming

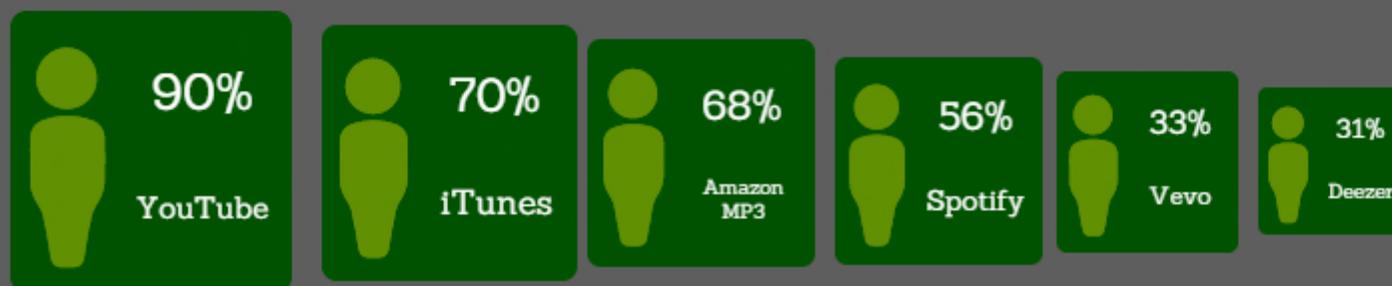
Penetrazione dello streaming per età



Penetrazione dello streaming per genere



La percezione dei servizi legali cresce



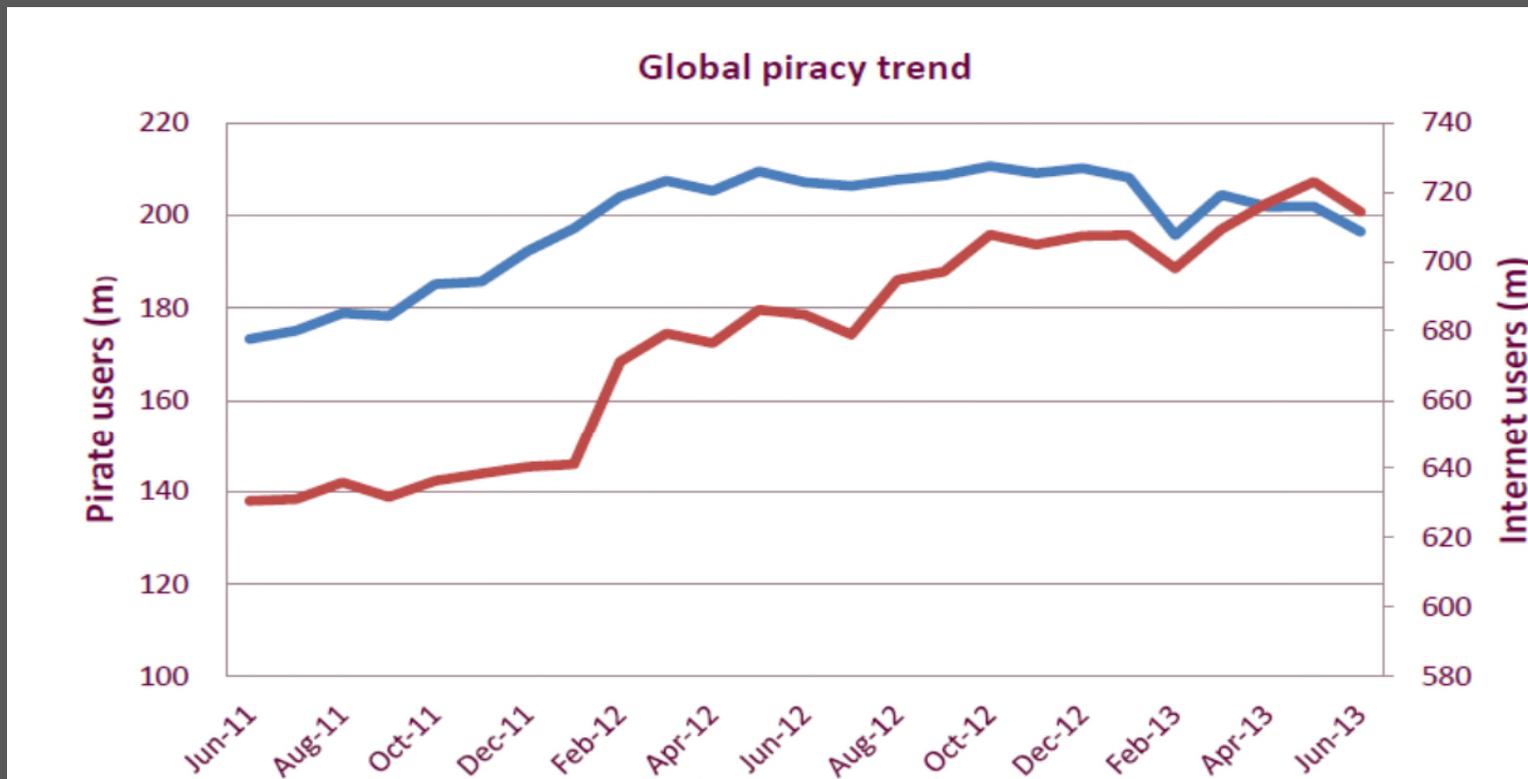
Fonte: Ipsos - MediaCT

Ricerca sulla conoscenza di brand.

Queste le regioni considerate nella ricerca:

iTunes: tutte tranne il sud Corea; Spotify: tutte tranne il Brasile, il sud Corea ed il Giappone; Vevo: tutte tranne Giappone e Messico; Deezer: tutte eccetto Giappone, Sud Corea, Svezia e USA; Amazon MP3: tutte tranne Italia, UK, Germania, USA e Giappone.

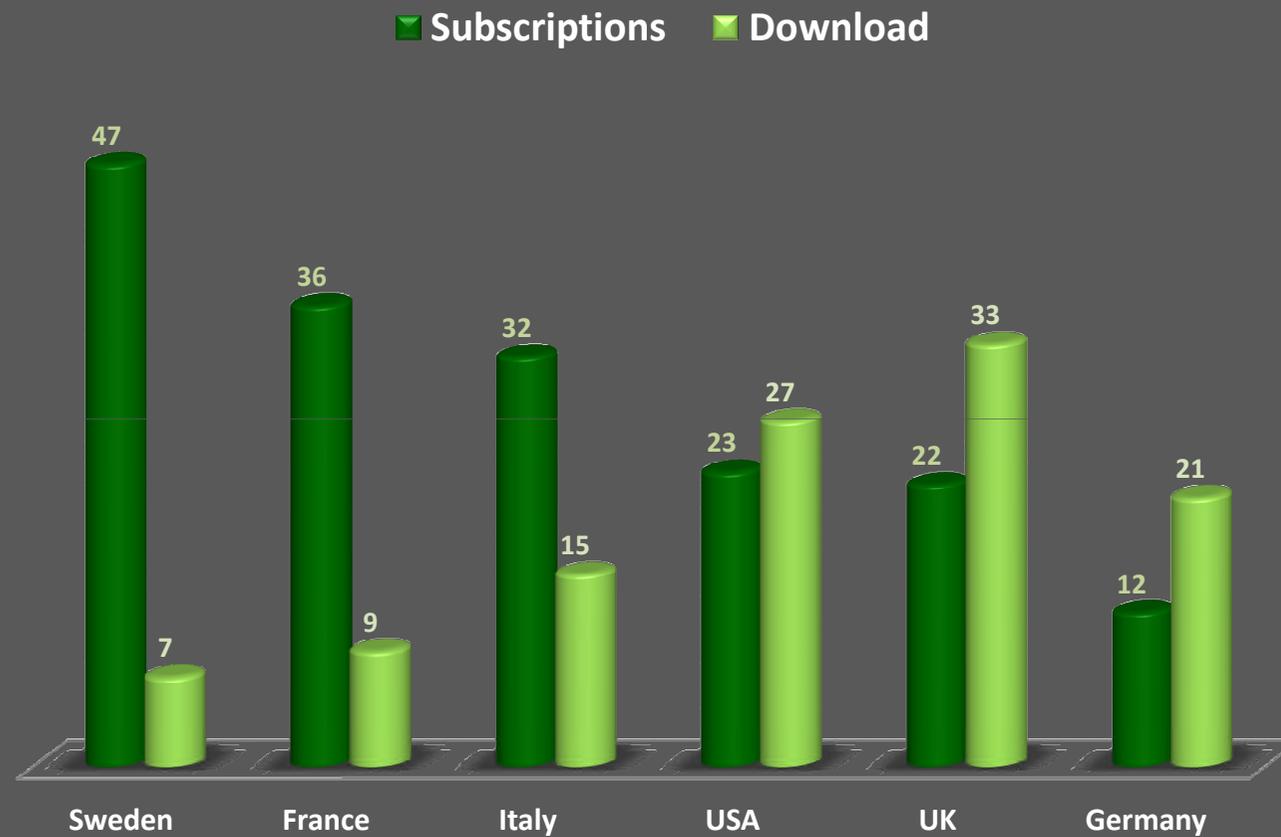
La pirateria musicale arretra



Fonte: Nielsen/ComScore (Giugno 2013)

F.I.M.I.

Streaming vs Download



Fonte: Ipsos Media CT

(L'indagine include gli utenti che utilizzano le versioni gratuite dei modelli in abbonamento)

F.I.M.I.

4. Download, Stream, Socialize



Social Engagement

Interazioni digitali generate da cinque artisti di alto profilo



Visualizzazioni su "YouTube"

110 mil



Visualizzazioni su "Vevo"

59 mil



Ricerche su "Wikipedia"

2 mil



Like su "Facebook"

1.5 mil



Follower su "Twitter"

0.9 mil

Fonte: Next Big Sound (23 Dicembre 2012)

(Artisti focus dell'indagine: Bruno Mars, Justin Bieber, Katy Perry, One Direction, Psy)

F.I.M.I.

Top Follower (Febbraio 2013)



ARTISTA

NUMERO FAN
(TOTALE)

Vasco Rossi	3.191.177
Laura Pausini	2.390.004
Ligabue	2.313.484
Eros Ramazzotti	1.881.635
Emma Marrone	1.658.877
Jovanotti	1.361.867
Fabri Fibra	1.355.759
Tiziano Ferro	1.295.119
Modà	1.188.784
Alessandra Amoroso	1.162.284

9 su 10 dei personaggi più seguiti sono ARTISTI



ARTISTA

NUMERO FAN
(TOTALE)

Jovanotti	1.487.072
Ligabue	865.219
Laura Pausini	847.538
Fabri Fibra	682.847
Tiziano Ferro	337.030
Vasco Rossi	329.066
Cesare Cremonini	318.635
Marco Mengoni	299.973
Negramaro	290.035
Irene Grandi	277.190

7 su 10 dei personaggi più seguiti sono ARTISTI

Dal Possesso all'Accesso

Su 48 milioni di utenti

45 mil
di SIM

54,6%
di
smartphone

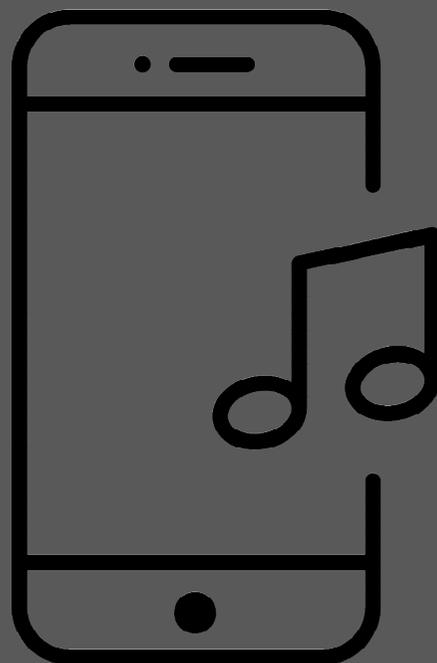
Su 41% totale
popolazione

Il 48 % ascolta
musica
"Top Activity"

57%
ascolto in
mobilità

connessione
4G

Lo streaming dalle
grandi potenzialità



5. Investing in Music



***Scoprire e
promuovere nuovi
talenti***

Lotta alla pirateria

43 milioni di
tracce in
streaming



Top Global
Artist
dall'Europa



Licenze
Multiterritoriali



I settori creativi e la **musica** in particolare, rappresentano un asset competitivo fondamentale per l'Europa.

E' importante che il sistema europeo riconosca il valore di tale settore e sviluppi un sistema omogeneo di tutele.

Artisti e Repertorio

Nel 2013 le case discografiche hanno investito in A&R il **27%** dei loro ricavi, pari a **\$4.3 miliardi**

*Nel 2011 era pari al **26%***

Negli ultimi 5 anni sono stati investiti oltre **\$20 miliardi**

7.500 artisti nel roster delle major discografiche

Lanciare un nuovo artista in uno dei maggiori mercati può costare da: **\$ 500.000 a 2.000.000**

Fonte: Investing in Music - IFPI

F.I.M.I.



Ricerca e Sviluppo

Le case discografiche investono in **Artisti e Repertorio** più di quanto gli altri settori dedicano alla **Ricerca e Sviluppo**.

Settore	Investimento %
Farmacia e Biologia	14.4
Software e Servizi Informatici	9.9
Tecnologia	7.9
Tempo libero	6.3
Aerospaziale	4.5
Elettronica	4.3
Automobili	4.2
Salute	4.1
Ingegneria industriale	2.8
Chimica	2.7

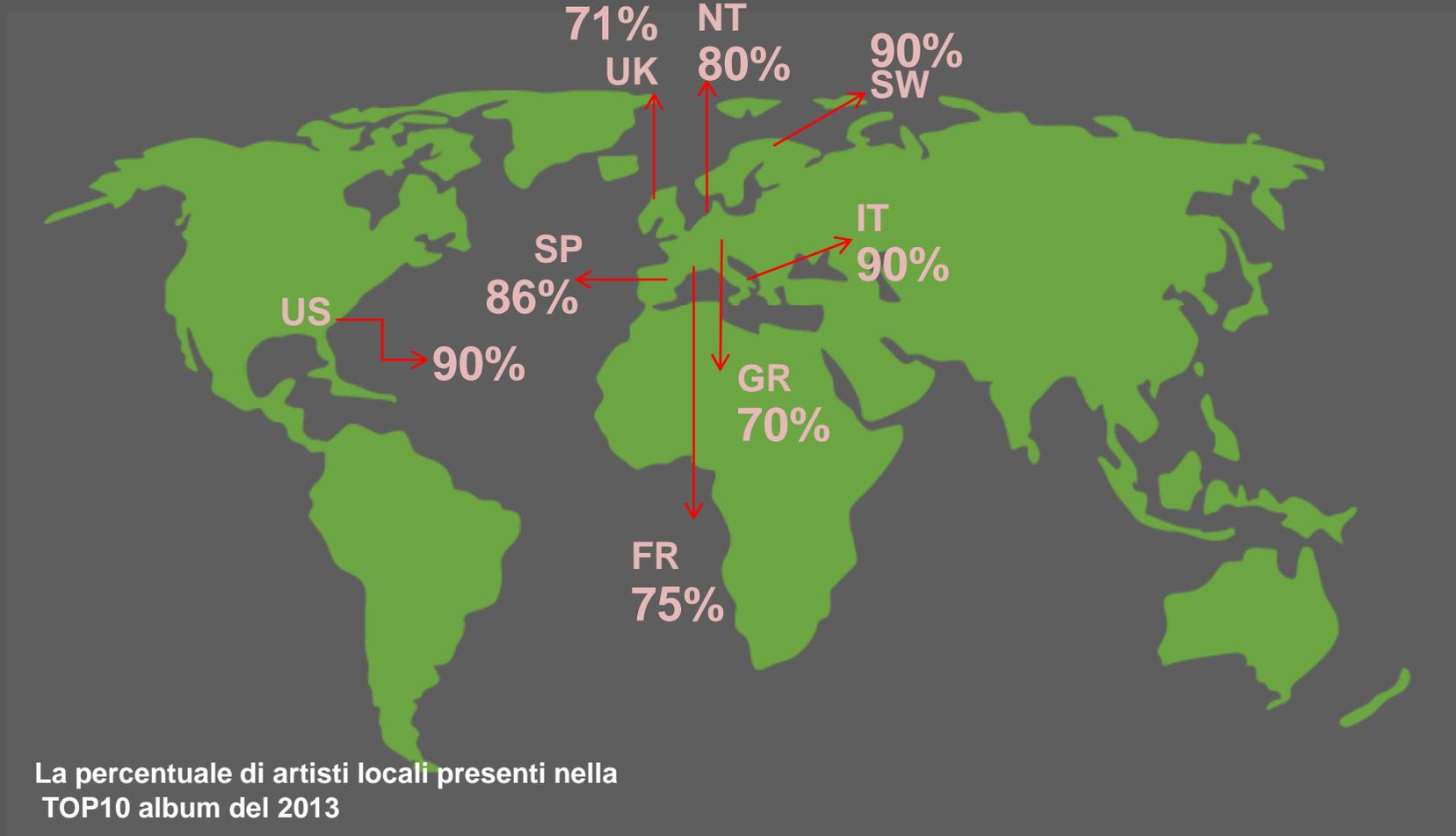
Fonte: Investing in Music - IFPI

F.I.M.I.



Valore dei Mercati Locali

La maggior parte degli investimenti vengono indirizzati agli artisti locali



L'offerta legale di musica
online:

Mappatura e modelli
contrattuali

Rivoluzione Digitale: mappare l'offerta

- ✓ 37 milioni di brani a disposizione 24h, 7 giorni su 7 tramite le varie piattaforme disponibili
- ✓ Download è la carte
- ✓ Streaming free / premium
- ✓ Video musicali
- ✓ Bundle

La panoramica completa sull'offerta è disponibile su: www.mappadeicontenuti.it/4/musica/html



F.I.M.I.

Federazione Industria Musicale Italiana

Musica: Streaming traina il mercato discografico italiano che cresce del 4% nel 2014

Milano, 27/01/2015 - Prosegue la crescita del mercato discografico italiano nel 2014, dopo i primi dati positivi del 2013. Secondo i dati certificati da Deloitte l'anno appena trascorso si è chiuso con **un incremento del 4% e un fatturato di 122 milioni di Euro al sell in**. Nel 2013 il mercato era tornato a crescere dopo undici anni consecutivi di calo.

Complessivamente il segmento digitale, sul dato annuale, rappresenta il 38% del mercato contro il 32% del 2013.

La **crescita è stata trainata soprattutto dai servizi streaming** come TIMmusic, Google Play, Spotify, Deezer, YouTube e Vevo che complessivamente sono saliti di oltre l'ottanta per cento. Nello specifico, i servizi sostenuti da pubblicità sono cresciuti dell'84% mentre quelli in abbonamento del 82%.

Oggi lo streaming rappresenta il 57% del digitale contro il 43% del download, sceso nel 2014 del 15%.

Nel 2013 lo streaming rappresentava il 12% del totale mercato, oggi il 22%.

Da rilevare il rallentamento del calo del supporto fisico che rappresenta comunque il 62% del mercato, e in questo contesto va segnalata inoltre la costante crescita del **vinile, cresciuto dell' 84%** anche se rappresenta sempre un fenomeno di nicchia con il 3% del mercato.

FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana) è nata nel 1992, aderente a Confindustria e IFPI, Federazione dell'Industria Fonografica Internazionale, rappresenta le maggiori imprese produttrici e distributrici del settore discografico per un totale di oltre 2500 marchi tra i più famosi del Mondo.

Contatti Ufficio Stampa FIMI:

Alessia Esposito

PR and Digital communication

E.mail: alessia.esposito@fimi.it

Tel: 02-795879

Mob: 349 58.97.925



Via Leone XIII n. 14 - 20145 Milano - Tel. 02.795879 - Fax 02.799673
info@fimi.it - www.fimi.it - Codice Fiscale 10695620152

Aderente a Confindustria Cultura Italia