

MUSICA: I RICAVI DIGITALI PER LA PRIMA VOLTA RAGGIUNGONO QUELLI FISICI A LIVELLO MONDIALE

La musica digitale nel 2014 ha fatturato quasi 7 miliardi di dollari e rappresenta il 46% del mercato.

Londra, 14 Aprile 2015 – Secondo il **Digital Music Report di IFPI** ([International Federation of the Phonographic Industry](#)) i ricavi determinati dai servizi di musica digitale, per la prima volta, hanno pareggiato quelli generati dai supporti fisici.

Ricavi digitali: Sono cresciuti del **6,9%** raggiungendo un valore di **6.9 miliardi di dollari**, e rappresentano così il 46% delle vendite di musica globale, a sottolineare ulteriormente la profonda trasformazione che l'industria musicale ha vissuto negli ultimi anni. I ricavi totali nel 2014 risultano tendenzialmente stabili, con una flessione dello 0.4% per un valore di 14.97 miliardi di dollari.

Il report mostra un'industria in continua trasformazione, con consumatori sempre più pronti ad accogliere i nuovi modelli di accesso ai servizi musicali tramite servizi di streaming gratuito e in abbonamento. Il ripido aumento dei ricavi dati da servizi in abbonamento (+39%) bilancia il declino del download (-8%) e guida i ricavi digitali, mentre il numero dei consumatori a pagamento per i servizi musicali è cresciuto del 46.4% raggiungendo quota 41 milioni.

Servizi di streaming in abbonamento: Corrispondono ormai al cuore dell'industria musicale, rappresentando il 23% del mercato digitale e generando un ricavo *trade* di 1.6 miliardi di dollari. L'industria prevede una sostanziale crescita potenziale nel settore degli abbonamenti, con i nuovi servizi in avanzamento nel 2015 guidati da tre maggiori soggetti a livello globale: YouTube Music Key, Tidal di Jay Z e il servizio di sottoscrizione che si attende da Apple.

Frances Moore, chief executive di IFPI, ha affermato: "L'industria musicale ha sempre indicato una strada per le industrie creative nel mondo digitale. Tale leadership si conferma ancora oggi, in quanto la rivoluzione digitale dell'industria musicale continua attraversando nuove fasi, guidata dal desiderio degli utenti di accedere ai contenuti musicali, piuttosto che di possederli. Un riflesso di questo è certamente il risultato dei ricavi digitali che oggi, per la prima volta, raggiungono quelli del mercato fisico. Le maggiori statistiche del 2014 parlano da sole, con dei ricavi globali ancora largamente stabili, e una flessione dello 0.4%. La musica sta tracciando un percorso per sostenere una crescita anno dopo anno. Non ci aspettavamo una strada semplice, ma stiamo facendo dei grandi passi in avanti, accogliendo nuovi modelli, ascoltando, perseguendo e migliorando le scelte dei consumatori."

L'industria discografica globale presenta un portfolio di differenti canali di consumo e modelli di business. Ciò è stato confermato dalla **resistenza del formato fisico**, che ancora corrisponde al 46% del mercato, così come dall'ancora **sostanziale quota di ricavi digitali (52%) rappresentati dal download**. Le vendite fisiche dominano ancora in alcuni mercati principali tra cui la Francia (57%), la Germania (70%), l'Italia (61%) e il Giappone (78%). All'interno del mercato fisico, **le vendite del vinile continuano a crescere** con un +54,7% ed ora rappresentano il 2% dei ricavi globali. **Anche in Italia si registra lo stesso trend per il vinile** che nel 2014 ha segnato un +84% arrivando a rappresentare il 3% del mercato fisico.

Ancora una volta a dimostrare l'impegno dell'industria nei confronti delle scelte dei consumatori proponendo musica ai fan con il più esteso ventaglio di possibilità e formati.

Inoltre, sono aumentati dell'8.3% i ricavi per i diritti di performance che rappresentano il 6% dei ricavi dell'industria con un valore di \$948 di miliardi di dollari.

I TREND DEL MERCATO DIGITALE

I consumatori e i servizi legali: L'esclusiva ricerca commissionata dall'IFPI dimostra che i consumatori sono fortemente coinvolti dall'utilizzo di servizi legali di offerta musicale. Lo studio, elaborato da Ipsos su 13 tra i mercati leader nel mondo nel 2015, mostra che il 69% degli utenti internet ha avuto accesso ad un servizio digitale di diffusione musicale negli ultimi 6 mesi. Inoltre, sono prevalenti le persone che dicono di utilizzare maggiormente questo tipo di servizi rispetto ai 12 mesi precedenti.

La conoscenza dei servizi legali, come iTunes, Spotify e YouTube, è elevata tra gli intervistati e circa il 38% afferma di essere soddisfatto dalla possibilità di accesso ai contenuti musicali online, piuttosto che tramite CD o file digitali.

Tuttavia, IFPI ha stimato (secondo i data comScore/Nielsen) che il 20% degli utenti internet (in calo del 26% nel 2013) ancora accede regolarmente a servizi illegali come siti di P2P file-sharing, cyberlocker e aggregatori.

La crescita dello streaming: La caratteristica positiva del mercato musicale globale al principio del 2015 è la continua impennata nell'utilizzo dei servizi di streaming da parte dei consumatori. La maggior parte di questi sono giovani utenti che hanno poca esperienza nel possesso di musica o non ne hanno affatto e, pertanto, risultano meno predisposti all'utilizzo dei modelli tradizionali.

La crescita potenziale: All'interno del settore dello streaming, sussiste un potenziale di crescita ancora ampio per la categoria dei servizi in abbonamento. La ricerca Ipsos mostra che negli ultimi 6 mesi il 35% dei consumatori ha avuto accesso alla musica free in streaming, mentre il 16% ha utilizzato modelli per abbonamento. L'utilizzo di questi due differenti modelli varia considerevolmente tra nazioni, ci sono mercati come la Svezia e il Sud Corea che dimostrano quanto i consumatori siano disposti a pagare per i servizi premium in abbonamento.

Partnership: Le compagnie di telecomunicazioni che guidano le collaborazioni già in atto, offrono dei contenuti musicali nei pacchetti come servizi standard agli utenti. Queste partnership combinano le leve di marketing e la costruzione di infrastrutture delle telco, con il catalogo e i contenuti di servizi digitali. Tali offerte stanno giocando un ruolo fondamentale nell'apertura dei mercati emergenti.

Remunerazioni degli artisti: La crescita dello streaming inoltre, ha aumentato il dibattito riguardo alla remunerazione degli artisti nell'ambiente digitale. IFPI ha condotto una ricerca nel 2014, con lo scopo di fornire maggiori e migliori informazioni in merito a tale dibattito, e per ottenere un quadro accurato di quanto i pagamenti delle royalty siano cambiate da quando il mercato è passato dalla natura fisica a quella digitale.

I dati dell'industria ottenuti da IFPI, che coprono le vendite locali di alcuni artisti in 18 dei maggiori mercati escluso il Giappone e l'USA in un periodo di 5 anni fino al 2014, dimostrano che: mentre i ricavi delle vendite sono calati del 17%, le remunerazioni agli artisti, come royalty o anticipi, sono scese molto meno in termini reali (-6%) e sono aumentate del 13% come una quota dei ricavi delle vendite. Negli ultimi 5 anni, i dati dimostrano che i pagamenti assicurati dalle case discografiche agli artisti locali hanno totalizzato più di 1.5 miliardi di dollari nei 18 mercati analizzati.

NEW GLOBAL RELEASE DA LUGLIO 2015

Un altro sviluppo dell'industria è quello di sincronizzare tutte le release globali di singoli e album allo stesso giorno. Dal 10 Luglio 2015, il venerdì diventerà il giorno delle release a livello globale e ciò determinerà che i fan in differenti nazioni potranno ascoltare o acquistare le nuove release dei propri artisti preferiti, esattamente nello stesso momento. Lo spostamento incontra il desiderio dei consumatori nell'avere la stessa possibilità di accesso alla nuova musica, a livello mondiale, e fornisce nuove opportunità di marketing nel weekend alle etichette discografiche.

CLASSIFICHE GLOBALI: *Frozen*, Pharrell and Taylor al Top

La colonna sonora dal cartone animato **Frozen**, ha raggiunto la vetta della classifica globale IFPI, pubblicata per la prima volta oggi. L'album ha raggiunto la vetta delle classifiche in tutto il mondo, dall'Argentina al Giappone, e ha venduto solo in US milioni di copie.

Happy, il primo singolo di Pharrell Williams dall'album GIRL che fa inoltre parte della colonna sonora di *Cattivissimo Me 2*, è al primo posto della classifica globale singoli di IFPI per il 2014.

Taylor Swift è la seconda a ricevere il premio come Global Recording Artist 2014 di IFPI. Le classifiche aggregano vendite e stream dei cataloghi di artisti dai formati fisici ai video stream di Youtube.

Rank	Artist	Album	Total units (m)
1	Various Artists	<i>Frozen</i>	10.0
2	Taylor Swift	<i>1989</i>	6.0
3	Ed Sheeran	<i>x</i>	4.4
4	Coldplay	<i>Ghost Stories</i>	3.7
5	Sam Smith	<i>In The Lonely Hour</i>	3.5
6	One Direction	<i>FOUR</i>	3.2
7	AC/DC	<i>Rock or Bust</i>	2.7
8	Various Artists	<i>Guardians of the Galaxy: Awesome Mix Vol. 1</i>	2.5
9	Pink Floyd	<i>The Endless River</i>	2.5
10	Lorde	<i>Pure Heroine</i>	2.0

Source: IFPI. Physical and digital albums included. Streams excluded

Rank	Artist	Single	Total sales (m)
1	Pharrell Williams	<i>Happy</i>	13.9
2	Katy Perry feat. Juicy J	<i>Dark Horse</i>	13.2
3	John Legend	<i>All of Me</i>	12.3
4	Meghan Trainor	<i>All About That Bass</i>	11.0
5	Idina Menzel	<i>Let It Go</i>	10.9
6	Pitbull feat. Ke\$ha	<i>Timber</i>	9.6
7	Iggy Azalea feat. Charli XCX	<i>Fancy</i>	9.1
8	Ariana Grande feat. Iggy Azalea	<i>Problem</i>	9.0
9	MAGIC!	<i>Rude</i>	8.6
10	Enrique Iglesias feat. Sean Paul, Descemer Bruno, Gente De Zona	<i>Bailando</i>	8.0

Source: IFPI. Units include single-track downloads and track-equivalent streams.

Rank	Artist
1	Taylor Swift
2	One Direction
3	Ed Sheeran
4	Coldplay
5	AC/DC
6	Michael Jackson
7	Pink Floyd
8	Sam Smith
9	Katy Perry
10	Beyoncé

Source: IFPI. Units include single track downloads and track equivalent streams