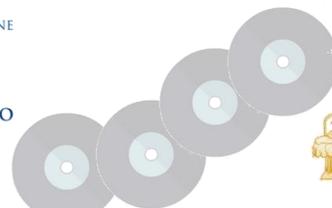


SIAE
DALLA
PARTE
DI CHI
CREA



COMUNICATO STAMPA

Gli italiani e la musica, i dati Fipe

Nell'epoca dei talent show i pubblici esercizi restano i migliori "Amici" per gli artisti emergenti

- La Federazione Italiana Pubblici Esercizi presenta una nuova ricerca sulle abitudini musicali degli italiani. Nell'era di internet per il 46% degli intervistati la radio resta ancora il maggiore canale per scoprire i brani appena usciti sul mercato. Per l'82% degli italiani che frequentano abitualmente i pubblici esercizi questi locali sono tutt'oggi un ottimo canale per promuovere nuovi artisti e musica di tendenza. In grande aumento dal 2008 ad oggi i concertini nei pubblici esercizi (+21,9%), in particolare nel Sud Italia.
- L'ascoltatore di musica più appassionato è donna, in particolare under 24 e residente nel Nord Est.
- Italiani e generi musicali per occasioni di ascolto: nei locali pubblici accanto al "solito" pop (17,6%) si ascolta soprattutto jazz e blues (17,3%). La musica classica si ascolta soprattutto a casa (38,2%), negli spostamenti (33,7%) e nei concerti (20,4%). Quasi il 90% della clientela abituale apprezza l'intrattenimento musicale in bar & co.

Milano, 21 novembre 2016 - La storia di un legame indissolubile. La musica, in tutte le sue molteplici forme, è da anni protagonista della storia, dei costumi, del tempo libero, dei linguaggi degli italiani. Una passione nazionalpopolare che trova una delle sue principali occasioni di ascolto in luoghi che sono fulcro della giornata e della vita degli italiani: bar, ristoranti, pub, locali serali e tutti quegli ambienti che rientrano nel variegato mondo dei pubblici esercizi. Non poteva quindi essere che [Fipe, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi](#) che rappresenta il mondo del fuoricasa, a raccontare il rapporto tra gli italiani e la musica, in un convegno a Palazzo Giureconsulti nel quale sono stati anche presentati i termini di un nuovo importante accordo con Siae. Ai lavori hanno preso parte, dopo i saluti iniziali di **Filippo Del Corno** (Assessore alla Cultura del Comune di Milano) e **Carlo Sangalli** (Presidente di Confcommercio), **Lino Enrico Stoppani** (Presidente di Fipe), **Filippo Sugar** (Presidente Siae), **Luciano Sbraga** (Direttore Ufficio Studi di Fipe), gli imprenditori **Fabio Acampora** e **Lorenzo Citterio**, il compositore **Mario Lavezzi** e il cantautore **Giovanni Caccamo**.

L'analisi di Fipe ha messo in luce molti aspetti interessanti: al di là delle personali preferenze in fatto di generi musicali, modalità di ascolto e fruizione emerge un fatto importante: nell'epoca delle star di Youtube e dei talent show, un canale storico come la radio resta un mezzo privilegiato dal pubblico per scoprire quali sono i brani di maggiore interesse o gli artisti che si affacciano sul mercato. *"Vorrei partire proprio da qui, da quella radio che in filodiffusione anima moltissimi pubblici esercizi del Belpaese i quali, nonostante i tv talent, continuano ad essere amati dal pubblico come luogo per conoscere e ascoltare gli artisti emergenti - dichiara Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe -. Un altro aspetto emerso dalla ricerca riguarda il fatto che tra coloro che frequentano abitualmente gli esercizi pubblici l'81% si reca in un locale perché c'è un particolare intrattenimento musicale. Un indicatore importante che conferma il valore della collaborazione stretta con Siae, per promuovere la musica quale valore aggiunto del fuoricasa. Una ragione in più per ridare slancio al ruolo della musica che nei pubblici esercizi ha trovato spesso ispirazione e palcoscenico per nuovi artisti, offrendo opportunità per coltivare potenzialità e tendenze artistiche, rafforzando la sua funzione culturale che il Premio Nobel della Letteratura 2016 a Bob Dylan ha solo confermato. I pubblici esercizi, anche con l'ausilio della musica, sono espressione della civiltà di un Paese, perché favoriscono dialogo, convivialità, socializzazione, conoscenze, idee che sono il collante della nostra cultura e dello stare insieme".*

"SIAE vede con favore ogni forma di diffusione della musica; il fatto che da questa ricerca emerga che la musica d'ambiente sia considerata un elemento importante nell'offerta dei locali pubblici non può farci che grande piacere - commenta Filippo Sugar, Presidente di SIAE. - Proprio con questo spirito abbiamo rinnovato, nell'ottica della semplificazione, gli accordi per la determinazione dei compensi del diritto d'autore per la diffusione della musica nei pubblici esercizi. E proprio per semplificare il lavoro degli utilizzatori del repertorio tutelato da SIAE, abbiamo introdotto la possibilità di attivare e rinnovare l'abbonamento on line, attraverso il portale dedicato alla musica d'ambiente".

Entrando nello specifico della ricerca, parlando dei luoghi di ascolto, la musica viene ascoltata prevalentemente in casa (50,4%), ma è alta anche la percentuale di chi utilizza la musica come "sottofondo" negli spostamenti (32,7%), mentre il 10% degli italiani ascolta soprattutto la musica nei locali pubblici. I generi più ascoltati, come da previsioni, sono pop e dance (45,5%), soprattutto negli spostamenti (36,2%) e a casa (24,4%), poco nei concerti (10,7%); a seguire rock e metal (28,8%), ascoltati negli spostamenti per il 36%, a casa per il 26,1% e nei concerti per il 14,5%; terzo posto per rap e hip hop (24,2%), ascoltati principalmente in ambito privato (27,9%) e negli spostamenti (35,3%); infine il blues e il jazz (20,5%) e la musica classica (16,7%), principalmente fruita tra le mura domestiche (38,2%), negli spostamenti (33,7%), e, molto più rispetto agli altri generi indicati, nei concerti (20,4%). Per quanto riguarda invece i generi principalmente ascoltati dal pubblico all'interno dei pubblici esercizi, la ripartizione è piuttosto omogenea tra pop (17,6%) e blues/jazz (17,3%), seguiti da rock/metal (16,9%) e rap/hip hop (16,3%).

Venendo ai tempi dedicati all'ascolto, la maggior parte del pubblico (32,1%) passa il tempo alle prese con le sette note per 2-3 ore a settimana. Sono le donne le più fervide fruitrici di musica: le più assidue la ascoltano per più di 6 ore a settimana, sono di età compresa tra i 18 e i 24 anni e risiedono nel Nord Est. Gli over 64 ascoltano in generale meno musica, per un'ora alla settimana (il 19,9%). I principali canali di ascolto sono siti internet (35,9%), radio (30,5%), cd/dvd (18,1%), televisione (8,3%), mentre il 2% del campione continua ad ascoltare canzoni in vinile.

Il 46% degli italiani interessati a scoprire nuovi autori o brani si serve soprattutto della radio (46%), seguita da internet, blog, siti, app (39,8%), Youtube (36,1%). Una buona percentuale è occupata dal passaparola (26,5%) e dalla televisione (23,4%). Il 19% degli intervistati non è interessato a scoprire nuovi brani o autori.

Nella seconda parte la ricerca Fipe approfondisce il ruolo dei pubblici esercizi come luogo di socializzazione anche attraverso l'ascolto di musica. Tenendo conto che più del 50% degli italiani frequenta abitualmente locali pubblici, qual è la percezione della musica in questi luoghi? La musica registrata è apprezzata dall'83% della clientela, percentuale che sale a più dell'87% quando si parla di musica *live*. Sempre per oltre l'87% dei clienti la possibilità di ascoltare musica o assistere ad un concerto dal vivo migliora la reputazione di un locale. Il 90% della clientela abituale apprezza il fatto che nei pubblici esercizi vengano organizzate serate con intrattenimento musicale, e di questi l'81,7% si reca in un dato locale proprio per questo motivo. In generale circa il 77% si reca con maggiore frequenza in un locale se è a conoscenza del fatto che c'è la possibilità di ascoltare musica.

Quali sono i motivi di tale apprezzamento verso la musica? Più del 55% ritiene che possa creare atmosfera e aiutare a rilassarsi; per oltre il 49% è un'opportunità di ascoltare musica dal vivo; per il 32,8% dovrebbe invece rappresentare solo un sottofondo di accompagnamento, mentre il 25,6% ritiene che sia funzionale alla socializzazione. Il 15,9% dei clienti trova fastidiosa la presenza di musica perché spesso impedisce di parlare.

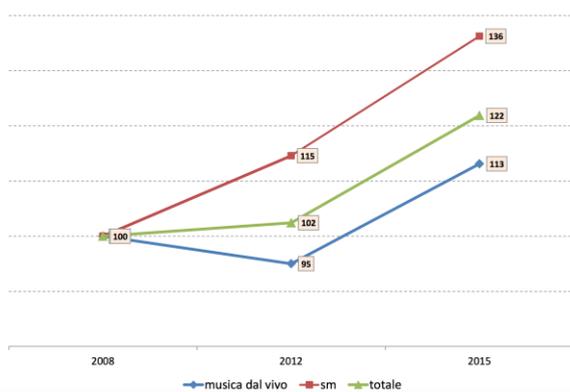
Inoltre i pubblici esercizi, nonostante il proliferare di nuove forme di promozione di musicisti emergenti come i talent tv, restano un importante canale per la diffusione di nuovi artisti, album, canzoni e musica di tendenza: lo conferma l'82% di chi frequenta abitualmente i pubblici esercizi. Il 50% dei clienti sarebbe inoltre disponibile a pagare un differenziale di prezzo per avere un sottofondo musicale o per assistere ad un concerto *live* (pagando ad esempio un ingresso o con un aumento del prezzo delle consumazioni). A questo proposito Fipe evidenzia, sulla base dei numeri dell'Osservatorio Siae, un deciso incremento dei piccoli concerti nei pubblici esercizi dal 2008 al 2015, che su base nazionale si attesta a +21,9% (con 284.176 eventi nel 2008 che sono diventati 346.348 nel 2015). Osservando i dati regionali, il Sud è in prima linea: il più forte incremento percentuale è in Molise (+95,7%, da 677 concertini nel 2008 a 1.325 nel 2015); seguono Sicilia (+83,3%, da 14.563 concertini a 26.698), Basilicata (+78,3%, da 997 a 1.778), Puglia (+73%, da 9.269 a 16.035).

Aumenti dei concertini sopra la media nazionale anche per Umbria (+49,2%), Campania (+40,7%), Toscana (+34,7%), Liguria (+31,6%) e Lombardia (+24,1%). In calo invece il numero di concertini dal 2008 al 2015 per Valle d'Aosta (-25,4%), Sardegna (-18,6%), Trentino Alto Adige (-4,6%) ed Emilia Romagna (-3,2%).

Parlando invece della distribuzione regione per regione, circa il 50% degli eventi si concentra in appena quattro regioni, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto e Toscana.

Ufficio Stampa Fipe Ufficio Stampa Siae

Dinamica dei concertini nei pubblici esercizi (n. spettacoli - N.I. 2008=100)

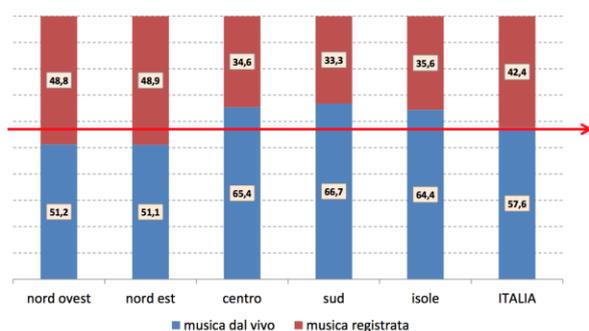


La dinamica regionale dei concertini nei pubblici esercizi (n. spettacoli - var. % 2015/2008)

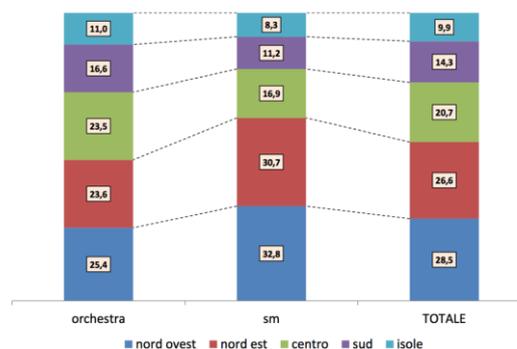
Regione	2008	2015	var.%
Molise	677	1.325	95,7
Sicilia	14.563	26.698	83,3
Basilicata	997	1.778	78,3
Puglia	9.269	16.035	73,0
Umbria	3.601	5.374	49,2
Campania	14.229	20.025	40,7
Toscana	21.764	29.311	34,7
Liguria	10.322	13.586	31,6
Lombardia	51.542	63.954	24,1
Friuli Venezia Giulia	9.651	11.768	21,9
ITALIA	284.176	346.348	21,9
Marche	10.852	12.781	17,8
Piemonte	17.595	20.396	15,9
Abruzzo	7.360	8.490	15,4
Calabria	1.666	1.878	12,7
Lazio	21.540	24.249	12,6
Veneto	32.382	36.112	11,5
Emilia Romagna	39.150	37.881	-3,2
Trentino Alto Adige	6.698	6.390	-4,6
Sardegna	9.148	7.444	-18,6
Valle d'Aosta	1.170	873	-25,4

Fonte: elaboraz. C.S. Fipe su dati Siae

I concertini nei pubblici esercizi (composizione degli spettacoli per fonte sonora – anno 2015)



I concertini nei pubblici esercizi (composizione degli spettacoli per area geografica – anno 2015)



Publici esercizi e concertini (distribuzione degli spettacoli per regione – anno 2015)

Regione	concertini		TOTALE
	orchestra	sm	
Lombardia	16,2	21,6	18,5
Emilia-Romagna	10,7	11,2	10,9
Veneto	8,8	12,7	10,4
Toscana	9,1	7,6	8,5
Sicilia	9,0	5,9	7,7
Lazio	8,7	4,6	7,0
Piemonte	5,6	6,3	5,9
Campania	7,1	3,9	5,8
Puglia	4,8	4,4	4,6
Liguria	3,5	4,6	3,9
Marche	3,8	3,5	3,7
Friuli Venezia Giulia	2,7	4,3	3,4
Abruzzo	2,9	1,8	2,5
Sardegna	2,0	2,4	2,1
Trentino Alto Adige	1,4	2,5	1,8
Umbria	1,8	1,2	1,6
Calabria	0,7	0,3	0,5
Basilicata	0,6	0,4	0,5
Molise	0,4	0,4	0,4
Valle d'Aosta	0,2	0,3	0,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0

50% ca.

Publici esercizi e musica d'ambiente (distribuzione degli esercizi per regione – anno 2015)

Regione	n.	%
Lombardia	21.811	18,0
Veneto	12.674	10,5
Emilia-Romagna	12.639	10,4
Piemonte	10.232	8,5
Toscana	8.819	7,3
Campania	6.447	5,3
Lazio	5.735	4,7
Puglia	5.662	4,7
Sicilia	5.445	4,5
Friuli-Venezia Giulia	4.966	4,1
Liguria	4.726	3,9
Marche	4.520	3,7
Trentino-Alto Adige	4.141	3,4
Sardegna	3.654	3,0
Abruzzo	3.122	2,6
Umbria	2.138	1,8
Calabria	1.707	1,4
Basilicata	1.089	0,9
Valle d'Aosta	768	0,6
Molise	705	0,6
ITALIA	121.000	100

> 50%