COMUNICATO STAMPA

MUSICA NEI LOCALI: IN ITALIA OLTRE MILLE EVENTI MUSICALI AL GIORNO E PER 6 CLIENTI SU 10 INCIDE NELLA SCELTA

Stoppani: «La musica non è soltanto un sottofondo: crea esperienza, relazione e cultura e rende i pubblici esercizi luoghi ancora più vivi e attrattivi»

- *Nel 2025 sono stati 375.238 gli eventi musicali organizzati nei pubblici esercizi italiani, oltre 1.000 al giorno, contro i 336.573 del 2015.*
- *Per il 58,8% degli italiani la presenza della musica è importante nella scelta del locale e, quando è gradita, per il 36,7% rappresenta un incentivo a tornarci.*
- *Il 69,5% degli italiani riconosce a bar, ristoranti e pub un ruolo nella diffusione di nuovi artisti, album e tendenze musicali.*

Milano, 20 novembre 2026 – Oltre **375 mila eventi musicali** in un anno, pari a una media di 1.028 al giorno, **43.622 pubblici esercizi** che organizzano intrattenimento musicale e quasi **119 mila che diffondono musica d'ambiente**. E ancora: per quasi 6 italiani su 10 (**58,8%**) la presenza della musica conta nella scelta di un locale, mentre oltre due italiani su tre (**69,5%**) riconoscono a bar, ristoranti e pub un ruolo nella diffusione della cultura musicale. Sono alcuni dei numeri presentati oggi da **FIPE-Confcom** a Milano, nell'ambito della **Milano Music Week**, durante il talk "*Milano Music Week, un approfondimento dell'Indagine sulla musica nei pubblici esercizi*", dedicato al rapporto tra musica, socialità e consumi fuori casa.

«*La musica nei pubblici esercizi non è un semplice sottofondo, ma una componente dell'esperienza e dell'identità dei luoghi*», dichiara **Lino Enrico Stoppani**, Presidente di FIPE-Confcom. «*I numeri ci dicono che gli italiani ne riconoscono il valore quando scelgono dove trascorrere il proprio tempo e che bar, ristoranti e pub svolgono un ruolo concreto nella circolazione della cultura musicale. Sono spazi nei quali musica, persone e territori si incontrano ogni giorno: qui si creano relazioni, si scoprono artisti e tendenze e si costruiscono occasioni di socialità. Valorizzare questa funzione significa riconoscere ai pubblici esercizi un ruolo che va oltre il consumo: sono luoghi di esperienza, cultura e comunità*».

Il fenomeno, del resto, è cresciuto nell'ultimo decennio. Nel **2015** gli eventi musicali organizzati nei pubblici esercizi erano 336.573; nel 2025 sono diventati **375.238**, con una media di 1.028 eventi quotidiani. Particolarmente significativo è il confronto con il periodo precedente alla pandemia: tra il 2019 e il 2025 il numero degli eventi è aumentato del **27,5% nei ristoranti e nelle pizzerie** e del **13,5% nei bar, lounge e cocktail bar**.

La fotografia territoriale mostra, inoltre, quanto la relazione tra locali e musica sia diffusa lungo tutto il Paese. La **Lombardia** guida per numero assoluto, con **6.370 pubblici esercizi** che propongono eventi musicali e **61.874 eventi nel 2025**, pari al 16,5% del totale nazionale. Cambiando prospettiva emerge però una geografia più articolata: la componente live raggiunge le incidenze più elevate in **Calabria (66,1%)**, **Campania (64,3%)**, **Molise (63%)** e **Lazio (62,2%)**, mentre la musica riprodotta prevale soprattutto in **Valle d'Aosta (64,4%)**, **Liguria (58,8%)** e **Friuli-Venezia Giulia (56,6%)**.

La musica incide anche sul rapporto tra cliente e locale. **Il 44,8% degli italiani ritiene che contribuisca a creare un'atmosfera piacevole e rilassante e il 36,7% dichiara di essere più propenso a tornare quando la musica è gradita.** È un'indicazione che va oltre il semplice intrattenimento: la dimensione sonora entra nella qualità percepita dell'esperienza fuori casa e contribuisce a costruire l'identità e l'attrattività dei luoghi.

La musica, dunque, non accompagna soltanto l'esperienza fuori casa: contribuisce a crearla. I pubblici esercizi, per la loro presenza capillare nei territori e per la capacità quotidiana di mettere in relazione persone diverse, rappresentano uno spazio naturale di incontro tra cultura musicale e socialità. Riconoscerne questa funzione significa valorizzare un patrimonio diffuso di esperienze, relazioni e occasioni di scoperta che contribuisce alla vitalità delle città e dei territori.

L'incontro alla Fabbrica del Vapore ha approfondito il ruolo di bar, ristoranti e altri luoghi della socialità nella diffusione e nella fruizione della musica, dalla musica d'ambiente alle esibizioni dal vivo. Al confronto hanno partecipato **Tommaso Sacchi**, Assessore alla Cultura del Comune di Milano, **Roberto Calugi**, Direttore Generale di FIPE-Confcom, **Giulia Romana Erba** dell'Ufficio Studi FIPE-Confcom, **Fabio Carozza** di *El Porteño Prohibido* e **Luca Locatelli** di *Spirit de Milan*, con la moderazione di **Luciano Sbraga**, Vicedirettore Generale FIPE-Confcom.

FIPE-Confcom

La Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE) è l'associazione di riferimento dei pubblici esercizi italiani e rappresenta il mondo di ristorazione, bar, intrattenimento, stabilimenti balneari, catering e ristorazione commerciale e collettiva; aderisce al sistema Confcommercio-Imprese per l'Italia e opera come interlocutore istituzionale del settore presso Governo, Parlamento, ministeri e tavoli tecnici; fondata nel 1945, ha attraversato oltre ottant'anni di trasformazioni economiche, sociali e dei consumi; oggi interpreta i pubblici esercizi come imprese, presidi urbani, luoghi di relazione e infrastrutture dell'accoglienza italiana; il presidente è Lino Enrico Stoppani, figura centrale nel sistema Confcommercio e nel dibattito su turismo, lavoro e ristorazione; tra le priorità della Federazione ci sono qualità dell'offerta, formazione, capitale umano, sicurezza, concorrenza leale, reputazione digitale, sostenibilità economica e riconoscimento pieno della ristorazione dentro la filiera turistica.

***

Ufficio stampa FIPE-Confcom

press@fipe.it
Francesco Bernardini | +39 331.6242686 | francesco.bernardini@fipe.it