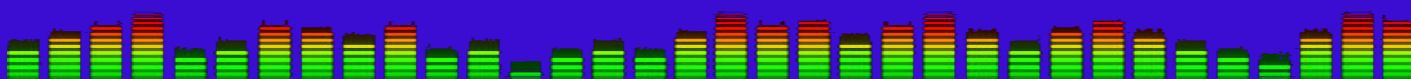


FREQUENCY

THE ANT REPORT



IN QUESTO NUMERO

Il mercato discografico italiano ha chiuso il primo semestre 2026 a circa 225 milioni di euro, in crescita del 7,3%. Un anno fa la crescita era del 9,7%. La decelerazione tocca quasi tutte le voci: l'abbonamento premium passa dal 12,7% al 9,45%, il CD dal 4,7% all'1,29%, l'ad-supported audio scende sotto zero (-1,31%), prima voce del comparto in territorio negativo. Una sola eccezione va in direzione opposta: il vinile, che accelera dal 17% al 18,50%.

La lettura strutturale sta in un altro numero: il digitale ha raggiunto l'**80% del mercato**. A quel livello di penetrazione la crescita non arriva più da nuovi ascoltatori, perché i nuovi ascoltatori sono finiti. Può arrivare solo da un aumento di prezzo, oppure da una maggiore spesa degli stessi utenti. Il segmento che accelera è quello che monetizza la **relazione** invece dell'accesso: un disco fisico non si compra per ascoltare, dato che l'ascolto è già incluso nell'abbonamento, si compra per possedere.

Nella sezione **Voce dal Settore**, la posizione di Helen Smith, Executive Chair di IMPALA, sul piano in cinque punti presentato a luglio 2026 per riequilibrare il mercato digitale europeo: legami più forti con i fan, e più artisti in grado di vivere del proprio lavoro.

MERCATO ITALIANO

H1 2026

Il mercato cresce meno. Cresce di più ciò che si possiede.

Il primo semestre 2026 chiude a 225 milioni di euro con una crescita del 7,3%: un anno fa era del 9,7%. La decelerazione è diffusa e tocca il motore stesso del modello, l'abbonamento. Un solo formato va in direzione opposta, ed è quello che non si ascolta soltanto: si possiede.

+7,3%

Mercato discografico italiano H1 2026, circa 225 milioni di euro (FIMI, 26 agosto 2026)

+18,5%

Vinile nel semestre: unica voce che accelera, era +17% in H1 2025 (FIMI)

-1,31%

Ad-supported audio: prima voce del comparto in territorio negativo (FIMI)

138€

Spesa mensile del superfan italiano: 12% dei consumatori, +142% sulla media nazionale di 57€ (FIMI Music Engagement Study 2026)

I dati FIMI del primo semestre 2026 non descrivono una crisi. Il mercato italiano cresce del 7,3% e raggiunge circa 225 milioni di euro, ottavo anno consecutivo di espansione. Il punto è la velocità: un anno fa lo stesso semestre segnava +9,7%.

La decelerazione riguarda proprio le voci che hanno trainato il modello. L'abbonamento premium passa dal 12,7% al 9,45%, il CD dal 4,7% all'1,29%. L'ad-supported audio, che finanzia l'ascolto gratuito, entra per la prima volta in territorio negativo a -1,31%.

"Il formato che accelera in un mercato che rallenta è quello che monetizza la relazione, non l'accesso." (Osservatorio Qanto Records, 31 agosto 2026)

Perché rallenta: la saturazione del digitale

La spiegazione sta in un numero riportato senza enfasi: il digitale vale ormai l'80% del mercato italiano. A quel livello la leva dei nuovi abbonati è quasi esaurita, perché chi doveva passare allo streaming

ci è già passato. Restano due strade: alzare il prezzo, oppure aumentare la spesa di chi già paga.

Dove accelera: il formato che si possiede

Il comparto fisico pesa il 12% del mercato ed è quello che cresce di più, trainato dal vinile a +18,50%. Sembra contraddittorio in un semestre di rallentamento, ma smette di esserlo guardando cosa un disco vende davvero: non ascolto, già compreso nell'abbonamento, ma possesso, che presuppone un rapporto con l'artista precedente all'acquisto.

Lo conferma il dato superfan: il 12% dei consumatori spende 138 euro al mese, con +239% in musica fisica e +245% in merchandising sulla media nazionale.

Per la filiera indipendente la priorità operativa è chiara. Il digitale resta infrastruttura necessaria, a margine compresso e in decelerazione. Il segmento che accelera richiede tirature limitate, edizioni curate, oggetto: terreno su cui un indipendente compete ad armi non impari con una major, perché non si vince sul volume ma sulla relazione.

Resta la tensione di fondo. Una ricerca dell'Università Cattolica con ITRIGHT rileva che il 79% di interpreti ed esecutori ricava nulla o somme irrisorie dallo streaming. Otto anni di crescita non hanno modificato quel quadro. La decelerazione lo rende più urgente.

MERCATO EUROPEO

"Connections with fans will be stronger and more working artists and labels at different levels in the ecosystem will be able to make a living from their art."

HELEN SMITH · EXECUTIVE CHAIR, IMPALA · PIANO IN CINQUE PUNTI PER IL MERCATO DIGITALE, 1 LUGLIO 2026

Fonte: IMPALA, "One billion subscribers and counting: IMPALA proposes new plan to transform the digital music market", impalamusic.org, 1 luglio 2026. IMPALA rappresenta oltre 6.000 imprese musicali indipendenti in Europa.

Il piano presentato da IMPALA a luglio 2026 esce nel momento in cui lo streaming supera il miliardo di abbonati nel mondo. La lettura dell'associazione è che quel traguardo vada celebrato, e che allo stesso tempo il mercato possa diventare più ampio, più equo, più diverso, più trasparente. Cinque i punti indicati: aumentare i ricavi distribuendoli in modo giusto, sostenere la musica nuova ed emergente, costruire fiducia con un sistema condiviso di etichettatura della provenienza, contrastare la frode e la diluizione da contenuti generati, ridurre l'impatto climatico del settore.

Due proposte parlano direttamente ai numeri di questo semestre. La prima riguarda le soglie di monetizzazione basate sul numero di ascolti, che IMPALA chiede di rimuovere oppure di ridurre. La seconda riguarda l'esplorazione di livelli di abbonamento a valore più alto dedicati ai superfan, coerente con il segmento che in Italia spende 138 euro al mese. In un mercato che rallenta sull'accesso, la direzione indicata dal settore indipendente europeo è la stessa che i dati italiani mostrano già in atto.



Vuoi contribuire o collaborare?

FREQUENCY è aperta ai contributi di professionisti della filiera musicale: etichette, distributori, editori, collecting societies, uffici stampa e operatori del settore. Se vuoi condividere un punto di vista, proporre un approfondimento o presentare la tua realtà, scrivici. Puoi contattarci in DM sui nostri canali social oppure via email.

info@qantorecords.com

SEGUI QANTO RECORDS



@qantorecords