



VIRGO MUSIC CONVENTION

La musica come
asset di investimento

SANREMO

6 FEBBRAIO 2023

Dott. Gianni Bientinesi
Business Intelligence Group



VIRGO
FUND

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria
LUCA PAOLOROSSÌ
di Sospesato



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP

DATI 2021 WORLDWIDE MUSIC

Mercato globale, ricavi da 25,9 miliardi, per il settimo anno consecutivo la discografia, grazie allo streaming, è in crescita

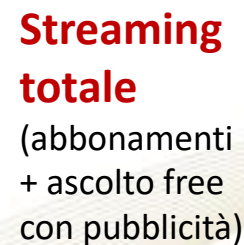
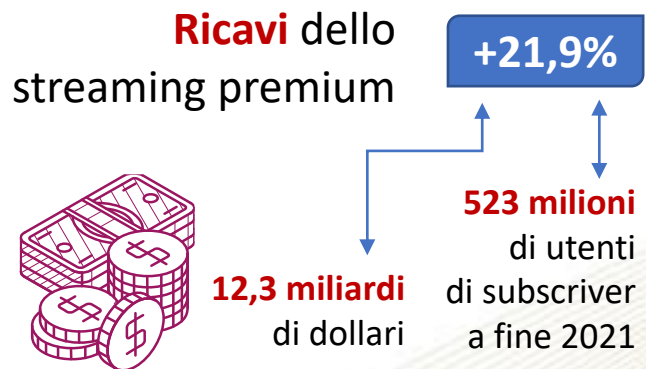
Mercato
musica incisa
nel 2021



GLOBALE
+18,5%

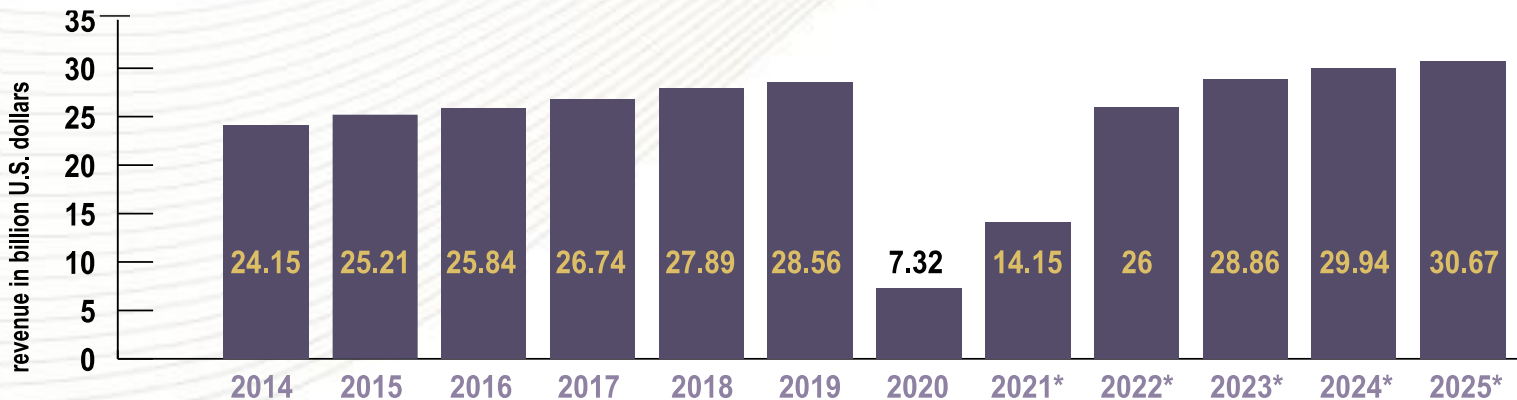
ITALIANO

+27,8%



Oltre ai ricavi dello streaming la crescita è stata sostenuta anche da incrementi in altre aree, tra cui i formati fisici **(+16,1%)** e i diritti di esecuzione **(+4,0%)**

Live music industry revenue worldwide from 2014 to 2025 (in billion U.S. dollars)



SOURCES
PwC; Omdia
© Statista
2022

ADDITIONAL INFORMATION
Worldwide
PwC
Omdia
2014 to 2021



VIRGO FUND

sanremo *Solo*



Novellà



Sartoria
LUCA PAOLOROSSO
di Sospesazione



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP

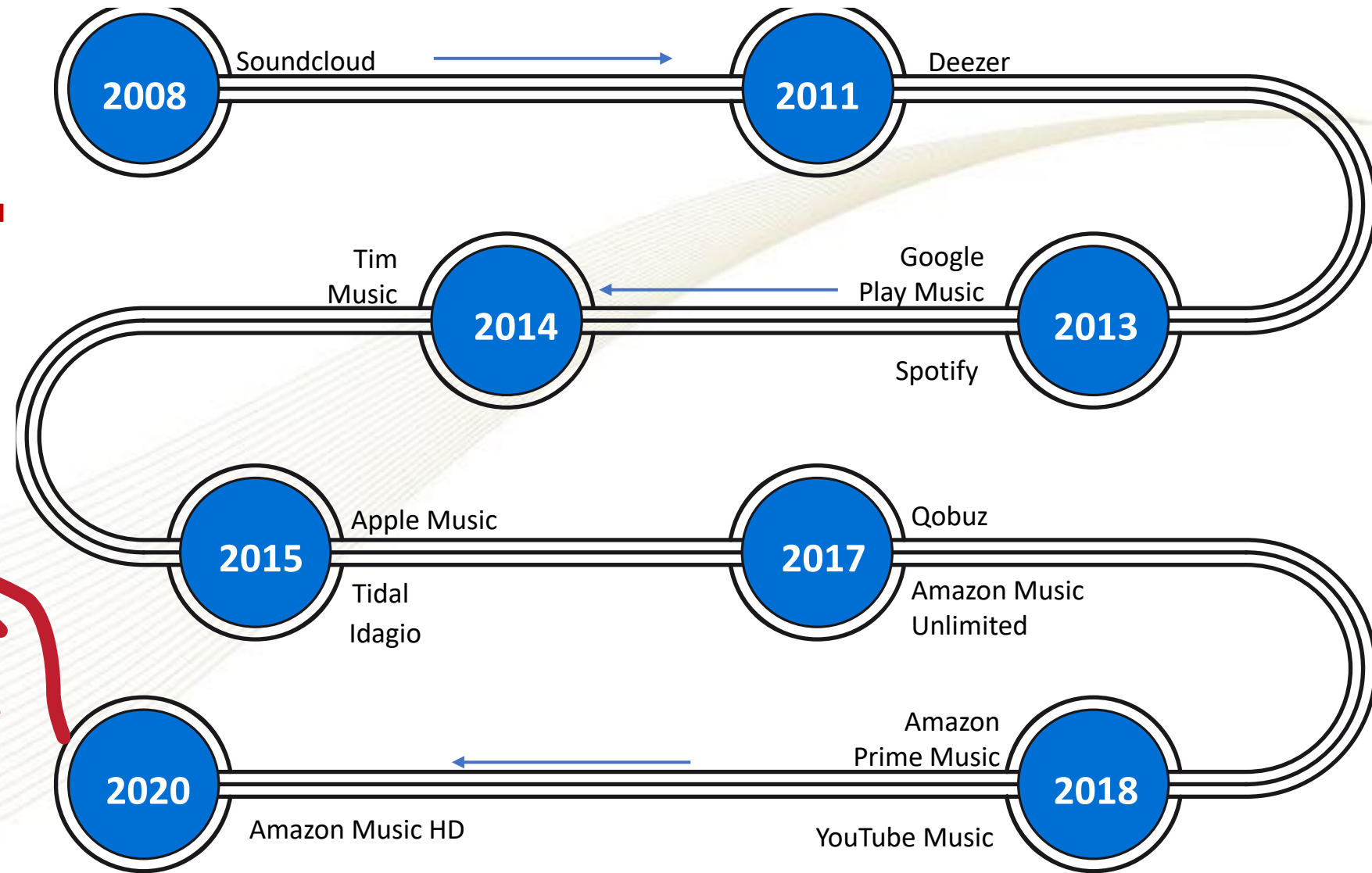
IL NUOVO ECO-SISTEMA AUDIO-SUONO: UNA FOTOGRAFIA

- **La radiofonia** riesce a mantenere la quota più ampia all'interno del nuovo ecosistema con oltre 600 milioni di euro nel 2021, pari a circa il 65% .

- **La musica digitale i podcast e gli audiolibri** coprono circa il 30% del mercato (circa 300 milioni di di euro nel 2021).

- **La restante quota** (5%, 40 milioni di euro) fa capo alla musica registrata su supporto fisico (CD + Vinili).

NEGLI ULTIMI 10 ANNI IL MERCATO MUSICALE ITALIANO SI È POPOLATO DI NUMEROSI SERVIZI DI STREAMING ON-DEMAND:



IL NUOVO ECO-SISTEMA AUDIO-SUONO: UNA FOTOGRAFIA



Collezione privata (Digitale, Hdd)

Radio di flusso (Broadcast, IP)

Catch-Up Content (Radio episodes, Downloads)

Web Radio Native (Pure online radio)

Canali video (Broadcast, IP)

Online Video/Audio clips

Streamed online music

Podcast/On demand Content (Native, Archive)

Audiolibri (CD, Streamed)

Social Media + Gaming (Chat, Rooms, Music)

Smart Utilities (Vocal assistant, Voice Tech)

Collezione privata (CD, Vinile)

L'ECOSISTEMA È COMPOSTO DAI SEGMENTI PRINCIPALI

Radio



Musica



Podcast

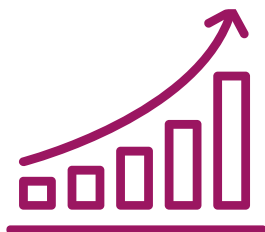


Audiolibri



DATI 2022 MUSICA IN ITALIA

Crescita complessiva



Fatturato oltre



153
milioni di euro

della musica
incisa nel primo
semestre 2022



Musica
digitale
oggi =

83%

dell'intero
mercato italiano

I SINGOLI SEGMENTI DI MERCATO



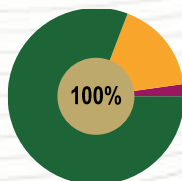
lo streaming avanza
del **20,82%**
fino ad attestarsi
a **118,8 milioni**



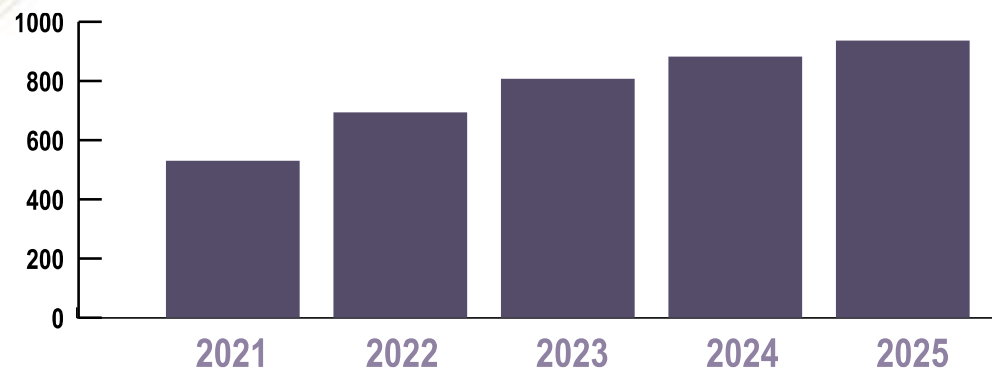
Lo streaming premium
in cinque anni
è cresciuto del **181%**

All'interno del segmento fisico (**25,5 milioni**) funziona
solo il **vinile (17,5%)** mentre calano ancora **cd (-7,1%)**
e altri formati minoritari (**-5,2%**)

Lo streaming
è l'**81%** del mercato,
davanti a fisico (**17%**)
e download (**2%**)



Forecast of the music
industry's consumer
spending in Italy from
2021 to 2025
(in millions euros)



SOURCES
PwC; Omdia
© Statistica 2022

ADDITIONAL INFORMATION
Italy
PwC
Omdia
2021



VIRGO FUND

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria
LUCA PAOLOROSSO
di Somenzese



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP

LA FRUIZIONE DELLA MUSICA IN ITALIA

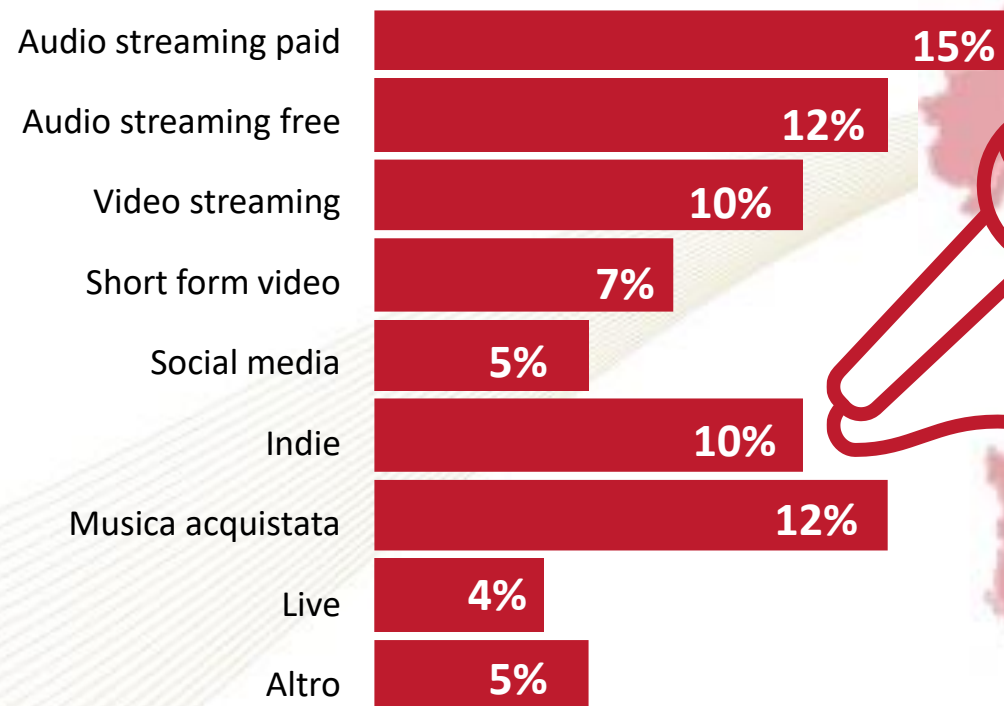
Il tempo trascorso ad ascoltare la musica è aumentato: raggiunge quota 20,5 ore alla settimana, in aumento di 1,4 ore rispetto al 2021.

Il tempo trascorso ad ascoltare la musica tramite audio streaming in abbonamento è in aumento: Il 70% dei consumatori italiani ascolta musica attraverso il formato audio streaming free e in abbonamento; oltre la metà dei giovani compresi tra i 16 e 24 anni utilizza i servizi di audio streaming a pagamento.

L'esplosione dello streaming non arresta l'acquisto di musica fisica: nell'ultimo mese il 14% dei consumatori ha acquistato CD e il 9% vinili.

Le app di short-form video si affermano anche nello scenario italiano: il 42% dei consumatori le utilizza e per il 58% il consumo di musica è centrale nell'utilizzo delle applicazioni.

SHARE DI ASCOLTO



28 Media di brani ascoltati ogni settimana

61% Afferma che la musica è fondamentale per la salute mentale

(*) Engaging with Music, il report che esamina le modalità di consumo musicale attraverso 44.000 intervistati nei principali 22 mercati del mondo.

L'INTERAZIONE CON LA MUSICA

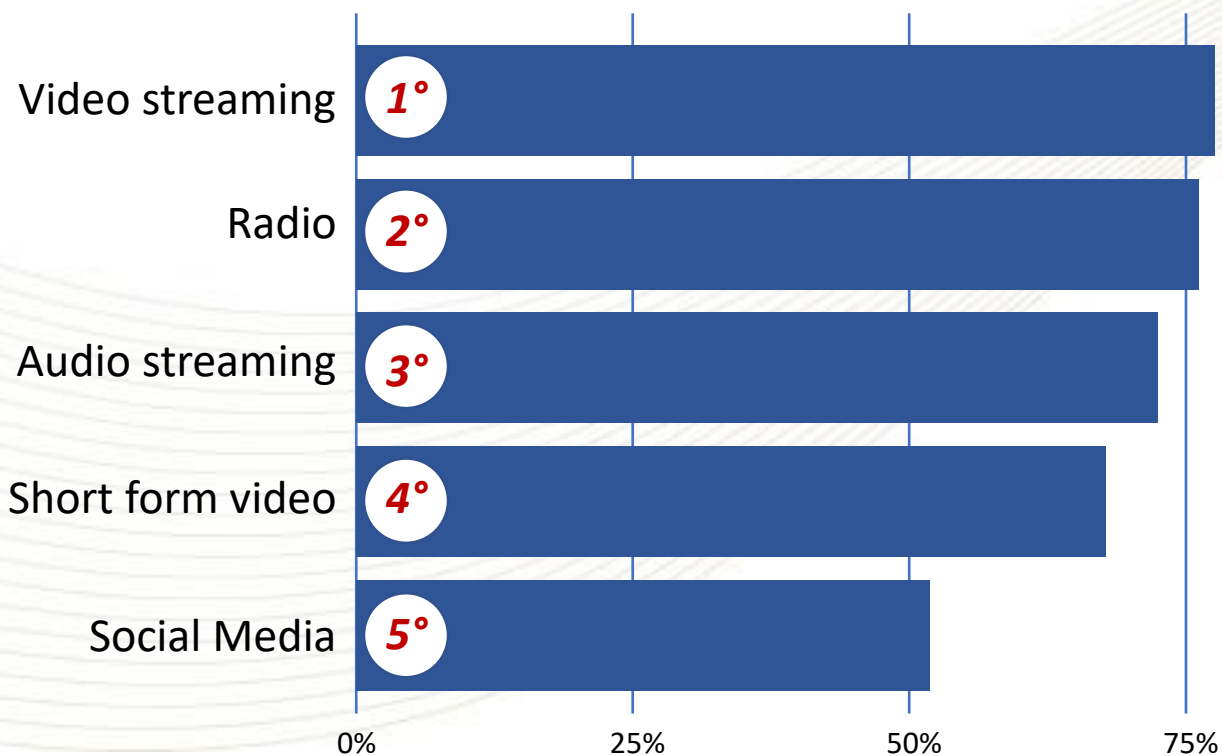
72%

Afferma che mai come oggi esistono diversi modi per fruire la musica

7

I modi differenti in cui si fruisce musica in Italia

FORMATI PREFERITI PER INTERAGIRE CON LA MUSICA IN ITALIA



SHORT FORM VIDEO

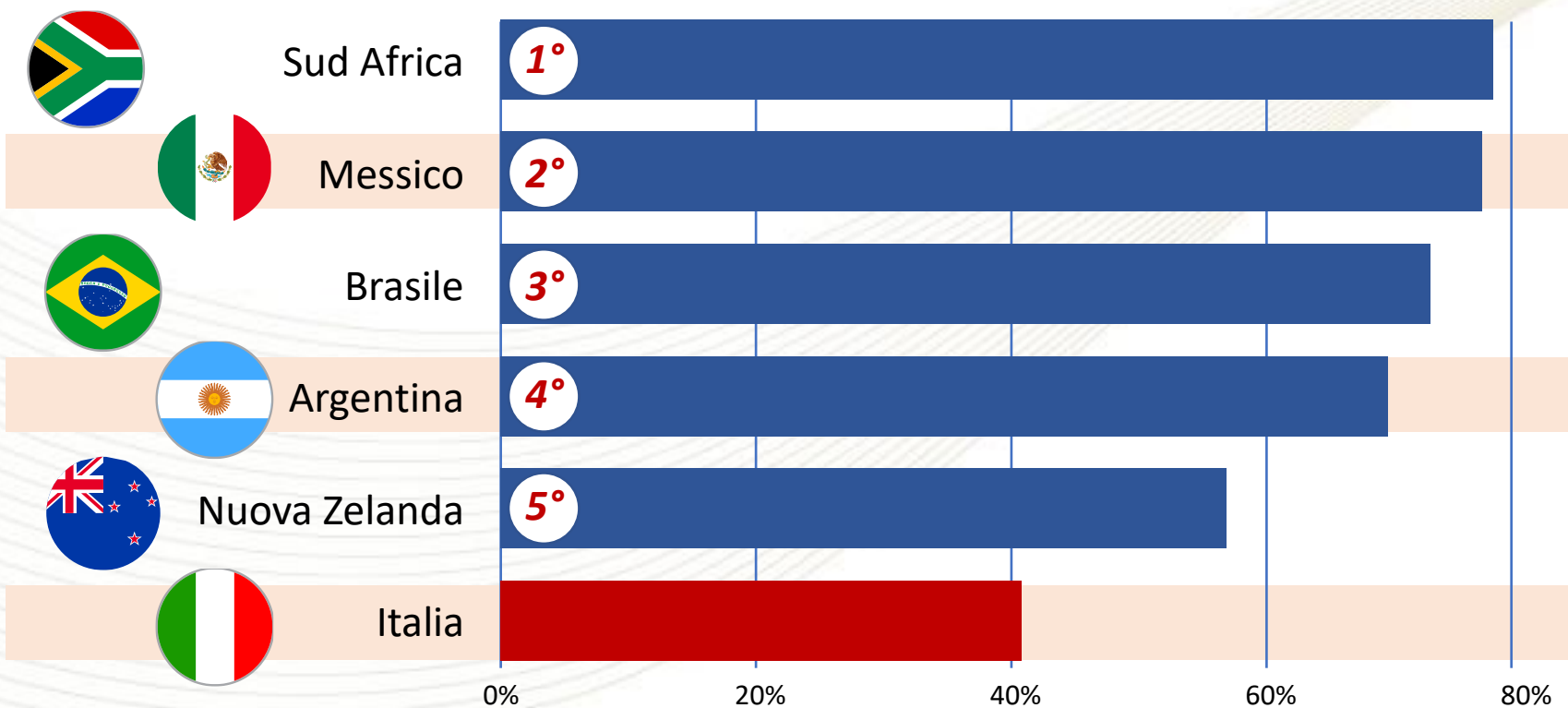
42%

Utilizza app di short form video

58%

Afferma che la musica è centrale nel tempo speso sulle app di short form video

UTENTI CHE UTILIZZANO APP DI SHORT FORM VIDEO: TOP 5 PAESI



VIRGO FUND

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria LUCA PAOLOROSSO



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP

LIVE STREAMING & GAMING

44%

Gamers che hanno visto un concerto virtuale negli ultimi tre mesi

28%

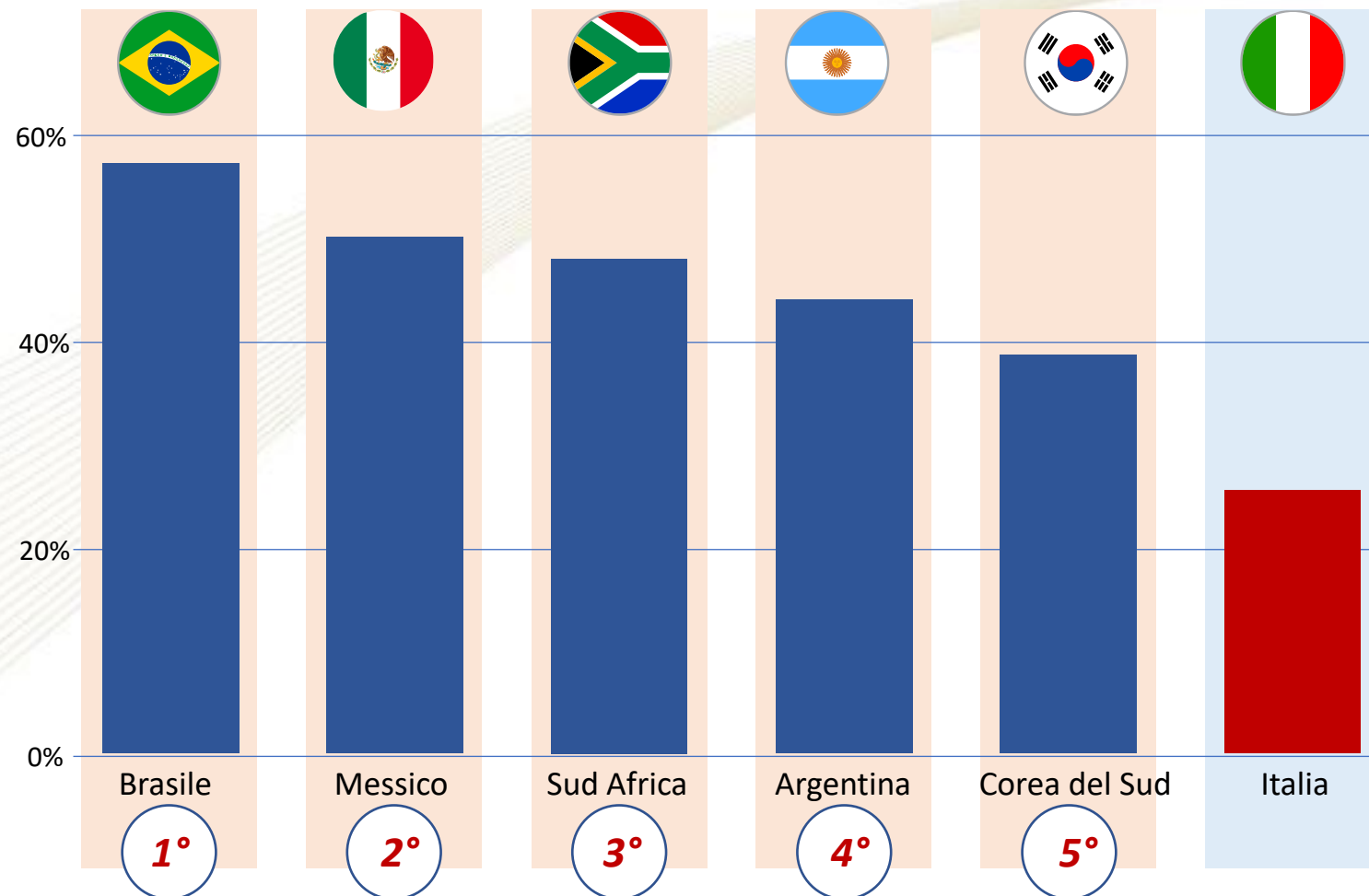
Ha guardato musica in live streaming nell'ultimo mese

18%

Persone della fascia 16-24 anni che hanno visto un concerto virtuale su app di gaming



UTENTI CHE UTILIZZANO MUSICA VIA LIVE STREAMING: TOP 5 PAESI



GENERI PIÙ ASCOLTATI

=Mondo

=Italia

ITALIAN POP

3%

50%

16-24 anni

45%

25-34 anni

52%

35-44 anni

52%

45-54 anni

47%

55-64 anni

53%

POP

43%

48%

16-24 anni

54%

25-34 anni

55%

35-44 anni

48%

45-54 anni

44%

55-64 anni

44%

ROCK

39%

45%

16-24 anni

39%

25-34 anni

45%

35-44 anni

45%

45-54 anni

51%

55-64 anni

43%

CANTAUTORATO

11%

33%

16-24 anni

23%

25-34 anni

29%

35-44 anni

32%

45-54 anni

33%

55-64 anni

44%

DANCE

24%

25%

16-24 anni

27%

25-34 anni

34%

35-44 anni

27%

45-54 anni

21%

55-64 anni

20%

RAP ITALIANO

1%

24%

16-24 anni

43%

25-34 anni

33%

35-44 anni

25%

45-54 anni

17%

55-64 anni

12%



VIRGO FUND

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria LUCA PAOLOROSSO



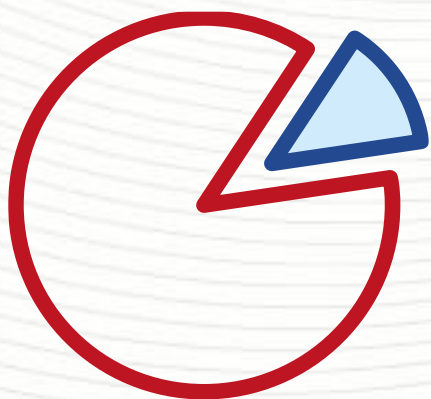
BUSINESS INTELLIGENCE GROUP

LA MUSICA COME ASSET DI INVESTIMENTO: PERCHÉ?

INVESTIRE

Il verbo Investire deriva dal latino e significa «coprire con una veste, rivestire, circondare».

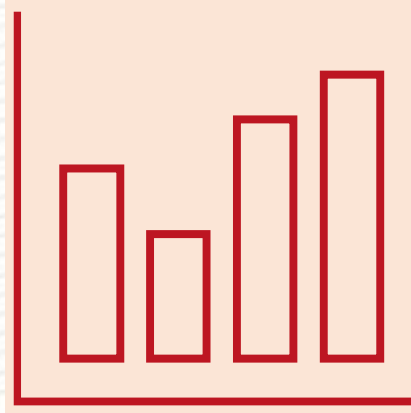
Da qui il significato di dare ai risparmi una nuova veste «investendola» appunto in titoli o altri strumenti finanziari.



COSA È BENE VALUTARE SEMPRE PRIMA DI INVESTIRE

L'OBIETTIVO DELL'INVESTIMENTO.

- Perché sto investendo?



IL RAPPORTO TRA RENDIMENTO E RISCHIO.

- Che rendimento posso aspettarmi?
- Quanto rischio posso tollerare?



L'ORIZZONTE TEMPORALE

- Che scadenze avranno i miei titoli?
- Quanto perdo se liquido in anticipo le somme investite?



MUSICA, I FONDI A CACCIA DI DIRITTI

GOLDMAN SACHS

Nel 2022 ha stimato che le vendite dell'industria musicale globale cresceranno ad un tasso composto del 12% tra il 2021 e il 2030, a oltre 150 miliardi di dollari.

HIPGNOSIS SONG FUND

Catalogo di circa 58.000 canzoni e una raccolta di 1,2 miliardi di sterline nell'ottobre 2021 ha stretto una partnership da un miliardo di dollari con Blackstone. L'industria musicale è stata all'avanguardia nella rapida crescita dell'economia dello streaming e sta aprendo nuove modalità di consumo dei contenuti.

KKR

Fondo di Private Equity Usa, che a sua volta nell'autunno del 2021, attraverso Chord, ha acquisito i diritti su 65 mila canzoni del catalogo musicale di Kobalt per 1,1 miliardi.

CLOUTY

Una start up di Chicago

Musiq 500 Index, che riunisce le 500 canzoni più ascoltate in streaming in tutto il mondo. Clouty sta valutando un fondo di investimento che ne replichi l'andamento, da collocare presso i risparmiatori. Dai social ai videogiochi, passando per la pubblicità, canzoni e brani strumentali gli investimenti nella musica sono più che mai un asset vitale.



VIRGO FUND

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria
LUCA PAOLOROSSO
di Somenzari



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP

LA MUSICA COME ASSET DI INVESTIMENTO: PERCHÉ?

La scelta di investire nella musica e nei diritti musicali può di sicuro basarsi, innanzitutto, sull'aspetto emotivo e affettivo.

La musica crea legami indissolubili con i suoi ascoltatori e appassionati, è parte integrante delle nostre vite. Una delle motivazioni che può avvicinare a questo settore anche i neofiti della finanza è quindi il desiderio di sostenere le proprie passioni e i propri artisti del cuore in modo concreto e più diretto rispetto al semplice streaming o all'acquisto di biglietti di concerti o dischi.

In secondo luogo, la musica rappresenta sicuramente una strada interessante per diversificare i propri asset finanziari: si tratta infatti di un settore in rapidissima ascesa nel periodo di ripresa post-pandemia, sia per quanto riguarda la musica "fisica" che online e in streaming.

È importante sapere che, per ogni sterlina generata dall'industria della musica digitale, 58,5 centesimi vanno all'etichetta e al cantante, 11,5 centesimi a case discografiche e autori (se ancora in possesso dei diritti).

ORO

4-5%

BOND (10 Y)

3,5-3,8%

BOT ITALIA

(12 M)
>2%

IMMOBILIARE

7,8%

MUSICA

TRA 8% E 10%



Gianni Bientinesi

Business Intelligence Group

g.bientinesi@businessintelligencegroup.it

www.businessintelligencegroup.it

GRAZIE



**VIRGO
FUND**

sanremo *Solo*



Novella



Sartoria
LUCA PAOLOROSS
di Sospesato



BUSINESS
INTELLIGENCE GROUP