**Musica in Italia, il trend è lo streaming**

**Vocabolario utile:**

Gli utenti: ………………………..

Le piattaforme: …………………….

Condividere: ……………………..

Il consumatore: …………………..

Un abbondamento: ………………………….

I ricavi: ………………………

L’avvento: ………………..

Il fatturato: …………………..

Il vinile: ………………….

I punti vendita: …………………….

La distribuzione: …………………



I fan di tutto il mondo sono sempre più legati allo **streaming** audio: a livello globale, il 45% degli utenti ascolta la musica tramite un servizio audio autorizzato (un incremento del 37% rispetto al 2016). Anche in Italia, gli **utenti** dei servizi streaming come *Spotify* o *Deezer* nel 2017 hanno raggiunto il 46% contro il 40% del 2016.

Come riporta la [Fimi](http://www.fimi.it/) **(Federazione dell'industria musicale italian*a****),* con oltre 43 milioni di brani disponibili su decine di piattaforme attive 24 ore su 24 e migliaia di playlist condivise ogni giorno dagli utenti, il fenomeno dello streaming musicale è ormai parte delle **abitudini** del consumatore italiano.

In crescita tra i giovanissimi anche il consumo a **pagamento** (premium). Il 33% dei ragazzi sceglie infatti i servizi premium rispetto al modello gratuito sostenuto dalla pubblicità: anche se la conversione da *free* a *pay* resta in Italia al di sotto della media globale, l'attrattività dei modelli di offerta in abbonamento continua la propria corsa.

Dal 2012 ad oggi i ricavi da abbonamento sono saliti del 1315%, trascinati anche dall'uso sempre più diffuso degli smartphone.

Dopo avere vissuto gli anni bui dell’avvento di ***Napster*** e del digitale che ha sconvolto il mondo della musica, il presidente della **Fimi Enzo Mazza** afferma con sollievo che c’è per la prima volta una **parità** fra il segmento digitale e i ricavi che arrivano dal vecchio cd. I due settori rappresentano il 46 % del fatturato delle etichette musicali.

Negli ultimi anni si è anche verificato un ritorno al **vinile**, arrivato a rappresentare una significativa - considerati i tempi - quota di mercato del 6%, raddoppiata in un triennio, con quasi 10 milioni di ricavi.   
  
Sulla performance del prodotto fisico hanno anche inciso le iniziative sui punti vendita con la presenza di artisti e fan nei cosiddetti “**in store**”, eventi che hanno attirato i giovani nei negozi e nella grande distribuzione, in cui i fan incontrano gli artisti e portano il CD per avere un autografo o scattarsi un selfie.  
  
**Vero o falso?**

1. Anche in Italia lo streaming audio è sempre più diffuso.
2. Pochissimi giovani pagano per gli abbonamenti ai servizi streaming.
3. I giovani italiani usano i servizi a pagamento tanto quanto i giovani degli altri Paesi.
4. Il presidente della Fimi è molto preoccupato per la situazione dell’industria musicale italiana.
5. Il disco in vinile è tornato ad essere popolare.
6. I giovani non sono per niente interessati all’acquisto dei CD.

**Rispondi alle domande in italiano.**

1. Di quanto è aumentata la percentuale di utenti di servizi streaming in Italia nell’ultimo anno?
2. Secondo la FIMI, quante canzoni sono disponibili in streaming online?
3. Qual è la differenza (menzionata nel testo) tra i servizi “premium” e quelli gratis?
4. Cosa ha contribuito all’aumento dei ricavi da abbonamento?
5. Quale settore ha più ricavi economici: il segmento digitale o quello della vendita dei cd?
6. Che cosa contribuisce alla promozione della vendita dei CD?

**Extra: Riassumi il brano in 80 parole**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**