

Fiche marché

Le marché de la musique en Italie

Cette fiche marché synthétique présente les grandes lignes d'une étude réalisée par l'association européenne EMEE (European Music Exporters Exchange), dont fait partie le CNM. Cette étude a été publiée en 2024 et ses auteurs sont Chiara Gallerani, Virgo Sillamaa et Alice Kattago. Elle explore en profondeur les différentes spécificités du marché italien de la musique, et met en évidence les connaissances fondamentales nécessaires pour se développer en Italie.

Retrouvez l'étude complète « Italian Music Market Study » [ici](#).

Table des matières

Contexte général.....	4
Aperçu de l'écosystème musical.....	6
Musique live	8
Musique enregistrée.....	9
Edition musicale	11
Média	12

Contexte général

Économie et société

L'Italie est la troisième économie de l'Union européenne, elle affiche une croissance du PIB de 6,7 % en 2021. En tant que pays membre de l'Union européenne, sa monnaie est l'euro, et le pays est soumis au système de la TVA. L'Italie présente un niveau de vie élevé avec un revenu moyen de 2 479 €. Pour autant, le pays fait face au phénomène de la « fuite des cerveaux » depuis plusieurs années : une partie de la jeune population fait le choix de quitter le pays une fois diplômée. La langue officielle du pays est l'italien, cependant il est possible de communiquer en anglais avec les professionnels locaux.

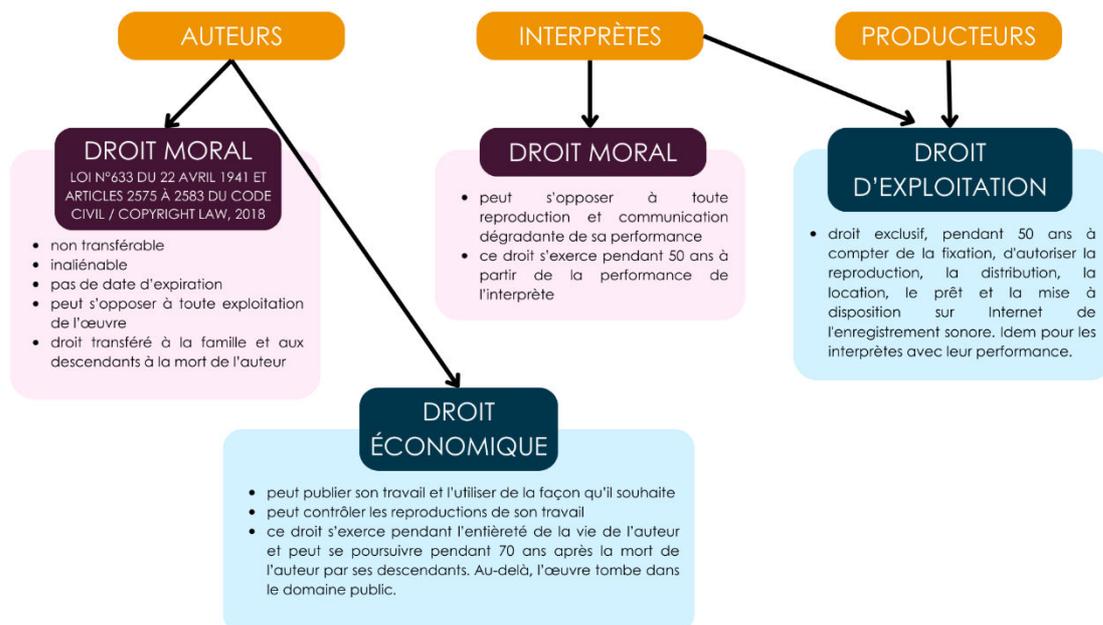
Géographie et transports

L'Italie présente plusieurs pôles majeurs, Milan, Rome et Naples, hérités de son histoire fragmentée entre le Nord et le Sud, offrant des opportunités distinctes pour les acteurs du secteur musical. Le réseau ferroviaire est très développé notamment dans la partie nord du pays, reliant très facilement les grandes villes. Pour se rendre dans des zones plus rurales ou dans le sud du pays, il est recommandé de louer un véhicule de tournée.

Internet et téléphonie mobile

L'Italie possède une infrastructure Internet avancée, avec un taux de pénétration de 86 % de la population. 74,5 % de la population utilise les réseaux sociaux. Le même taux de la population est présent sur la plateforme YouTube, tandis que la plateforme Instagram affiche 26,2 millions d'utilisateurs, soit 44,4 % de la population.

Droits d'auteur et droits voisins



La gestion collective était assurée exclusivement par la SIAE jusqu'en 2017. Un amendement a été apporté à la loi sur le droit d'auteur du 22 avril 1941, permettant à d'autres entités telles que Soundreef d'exercer leurs droits.

Statut d'artiste et fiscalité

Il n'existe pas officiellement de reconnaissance légale ou de statut d'artiste. Cependant, la profession est encadrée par certaines lois et mesures. Il est nécessaire de faire reconnaître l'existence de son activité en étant employé directement ou en s'enregistrant comme autoentrepreneur dans le secteur musical. Cet enregistrement permet d'obtenir un numéro de taxes.

Si les revenus annuels ne dépassent pas 85 000 €, le régime forfaitaire simplifié s'applique pour les artistes. Il s'agit d'un taux de taxe de 15 % fixe. Aucun impôt n'est retenu et la TVA n'est pas ajoutée. Si les revenus dépassent les 85 000 €, le régime fiscal normal s'applique. La TVA de 22 % devra être ajoutée, ainsi que la retenue à la source (ritenuta d'acconto), qui s'élève à 20 % pour les travailleurs indépendants résidant en Italie. La contribution de l'artiste à la Sécurité sociale est obligatoire. Si l'artiste est de nationalité européenne, il ne peut être assujéti qu'à une seule contribution de sécurité sociale. Si l'artiste est employé dans un ou plusieurs États de l'Union européenne, il ne devra payer qu'une seule contribution. Pour le justifier, le certificat A1 fourni par le pays du ressortissant suffit pour exempter l'artiste de sa contribution à la Sécurité sociale du deuxième pays dans lequel il travaille.

Visa et mobilité

Les ressortissants de l'UE/EEE et de l'espace Schengen entrent sur le territoire italien sans visa. Pour les citoyens de pays tiers, une activité artistique nécessite un visa de travail indépendant (type D). Peu coûteux et nécessitant peu de documents, il s'obtient auprès de l'ambassade la plus proche. Le traitement prend au moins 15 jours ouvrés¹.

¹ Des informations sont disponibles sur le site suivant : [Il visto per l'Italia](#).

Aperçu de l'écosystème musical

Événements professionnels

Les principaux événements professionnels sont les suivants : Linecheck Music Meeting & Festival et Milano Music Week à Milan, Music Connect Italy à Naples, et Medimex à Bari.

Organisations professionnelles

Voici quelques-unes des principales organisations professionnelles de la filière musicale² :

- Musique enregistrée : Afi, FIMI et PMI.
- Édition : FEM et EMusa.
- Spectacle vivant : Assomusica, Assoconcerti, Festival Experience et KeepOn Live
- Audiocoop : association de petites entreprises indépendantes
- Export : Italia Music Export, Italian World Beat et la Fondation Arezzo Wave Italia.

² Le rapport EMEE fournit des détails sur chacune de ces organisations.

Organismes de gestion collective

Gestion collective de droits voisins	
SIAE	Fondée en 1882, la Société italienne des auteurs et des éditeurs est le principal organisme italien de gestion collective des droits d'auteur. Elle compte plus de 100 000 sociétaires et gère 62 millions d'œuvres italiennes et internationales. La SIAE accorde des licences pour la musique à la télévision et au cinéma. Les synchronisations pour les publicités sont négociées directement entre les ayants droit et les utilisateurs.
Soundreef	Société alternative à l'exclusivité qu'avait la SIAE jusqu'en 2011. Soundreef représente plus de 43 000 auteurs-compositeurs et éditeurs dans le monde, dont 26 000 en Italie. En tant qu'entité de gestion indépendante, elle perçoit des redevances dans plus de 90 pays et est enregistrée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni, de la Grèce, de l'Espagne et du Portugal.
LEA	Association d'éditeurs et d'auteurs chargée d'accorder des licences pour l'utilisation du répertoire géré par Soundreef sur le territoire italien. Elle figure dans le répertoire des organismes de gestion collective et des entités de gestion indépendantes de l'autorité établie par le système juridique italien qui veille à la bonne concurrence des opérateurs sur le marché.
Gestion collective de droits voisins	
SCF	Société qui collecte et distribue des redevances pour les producteurs phonographiques et les artistes-interprètes. Elle gère les droits d'exécution publique de la musique enregistrée et travaille avec plus de 400 labels, et gère plus de 20 millions de titres. Elle perçoit les collectes de l'étranger et les redistribue, tout en versant des redevances à ses partenaires internationaux pour l'utilisation de leur musique en Italie.
Nuovo Imaie	Nuovo Istituto Mutualistico Artisti Interpreti Esecutori, est une société de gestion collective fondée en 2010 et gérée par des artistes. Elle s'occupe des droits voisins liés à l'exploitation d'œuvres audiovisuelles et musicales transmises par la radio, la télévision, le web et les entreprises publiques. Elle perçoit les droits des artistes interprètes.

Musique live

Chiffres clés

Avec un chiffre d'affaires de 450 M€ entre janvier et septembre 2022, le secteur de la musique live constitue l'un des piliers de l'industrie musicale italienne (SIAE, 2022). À l'image de nombreux pays européens, l'Italie dispose d'un paysage du spectacle vivant riche et varié, comprenant des circuits de tournées, des festivals de musique et de nombreuses salles de concert.

Festivals

Les festivals sont nombreux et prennent généralement deux formes : les festivals dits « classiques » durant 2 ou 3 jours de suite, et les festivals appelés « Rassegna » qui peuvent durer un mois ou plus. La saison des festivals s'ouvre aux alentours de mai et se poursuit jusqu'à novembre. Voici une sélection de festivals accueillant beaucoup d'artistes internationaux³ :

- Au Nord : Ferrara sotto le stelle Festival, TOdays Festival, Terraforma festival, Nameless, MI AMI Festival ;
- Au Centre (région de la Toscane, du Latium, de Campanie) : Spring attitude Festival, Rock in Roma, Decibel open air Festival ;
- Au Sud : Ortigia sound system Festival, Color Fest, Mish Mash Festival.

Les tremplins et festivals de showcases comme la Milan Music Week et Linecheck sont de très bonnes plateformes pour les artistes émergents.

Clubs et lieux de spectacle

Les salles de concert italiennes sont généralement classées en trois catégories en fonction de leur jauge : clubs et salles de concert moyennes (jusqu'à 3 000), arènes (jusqu'à 13 000), stades (jusqu'à 60 000). Le réseau des petits clubs, d'une capacité de 50 à 200 personnes, offre un point d'entrée intéressant aux artistes pour bâtir une audience locale. C'est une option abordable, car le cachet se situe généralement entre 300 et 350 € (par groupe). Beaucoup de ces clubs font partie de l'association ARCI clubs. La plupart font aussi partie de KeepOn, un réseau national représentant 280 clubs dans le pays. Il existe des espaces autogérés et hybrides, qui accueillent des performances musicales, mais aussi des activités sociales et politiques. Les concerts à domicile sont une pratique courante dans le pays.

Agents de booking et promoteurs locaux

Pour se produire ou réaliser une tournée en Italie, il est recommandé de travailler avec des promoteurs locaux, des producteurs d'événements ou des agents de booking. La plupart des agences du pays ont l'habitude de travailler avec des artistes internationaux⁴.

³ Une liste plus complète se trouve dans l'étude EMEE.

⁴ Une liste détaillée des agences et promoteurs existe sur la fiche EMEE.

Musique enregistrée

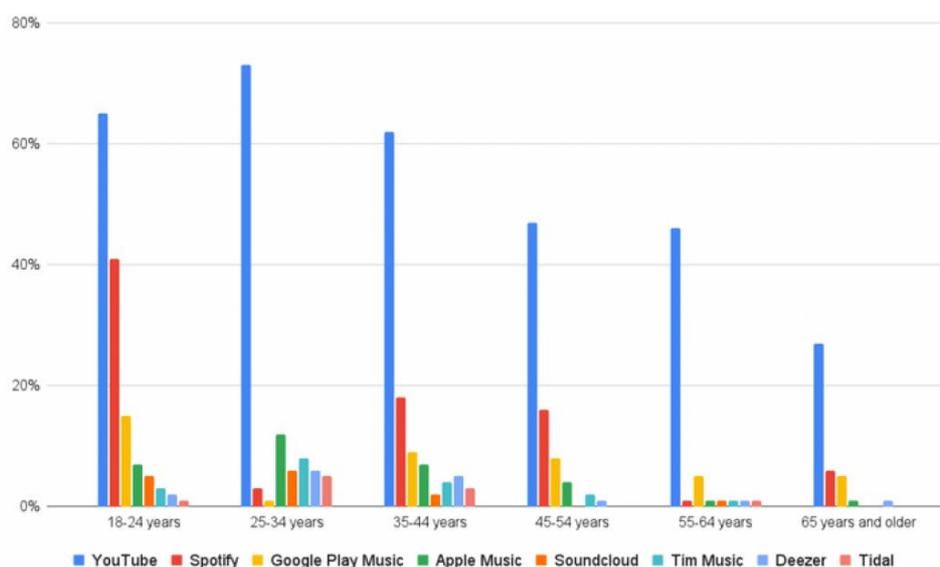
Revenus de la musique enregistrée

Le marché de la musique enregistrée en Italie est en pleine croissance, avec un chiffre d'affaires de plus de 370 M€ en 2022, marquant une augmentation de 11,1 % par rapport à l'année précédente. Le digital constitue 66,7 % des revenus, tandis que les supports physiques représentent 15 %, avec une résurgence notable des ventes de vinyles (+11,7 %). L'Italie se classe à la 8e place mondiale pour le marché physique de la musique. Le répertoire local domine le marché, avec 83 % des albums du top 100. Cette prédominance laisse peu de place aux artistes internationaux. Cependant, compte tenu de l'importance du marché italien, il reste une opportunité européenne majeure à explorer.

Consommation de la musique

La pop domine le marché italien, suivi du rock et du classique. Le rap connaît un essor important depuis quelques années, notamment dans des villes comme Milan. Des genres locaux, comme la musique néo-mélodique, écoutée en Italie du Sud, sont aussi populaires.

Focus sur le streaming musical



Plateformes de streaming utilisées pour écouter de la musique, par tranches d'âges

Source : Tremolada, L. (2020), based on CSA research.

Acteurs clés (labels et distributeurs)

Les majors (Sony Entertainment, Warner Group et Universal Music) sont bien implantées et actives sur le marché italien. En parallèle, de nombreux labels indépendants jouent un rôle clé dans l'industrie musicale⁵. Le principal distributeur est Believe, suivi de The Orchard, ADA Music (Warner) et Artist First (exclusivement actif en Italie). Parmi les distributeurs prisés des artistes

⁵ Une liste de labels indépendants italiens est disponible dans l'étude EMEE.

indépendants figurent TuneCore (filiale de Believe) et CD Baby. Bien que Believe soit une entreprise internationale, son bureau italien travaille rarement avec des artistes étrangers, mais collabore avec d'autres distributeurs à l'étranger à travers ses bureaux internationaux.

Édition musicale

Données générales

En Italie, la musique joue un rôle croissant dans la publicité. Le pays est un pôle prééminent dans la production télévisuelle et cinématographique, qui jouit d'une renommée mondiale. En 2022, les revenus de la musique dans les productions télévisuelles, cinématographiques et publicitaires étaient en hausse de 26,5 % par rapport à 2021, avec un chiffre d'affaires de 13 M€. Le secteur publicitaire est par ailleurs plus conséquent que le secteur télévisuel et cinématographique en matière de budget dédié à la musique. Des grandes marques comme Dolce & Gabbana disposent d'équipes internes pour la gestion des licences musicales, tandis que d'autres font appel à des superviseurs musicaux ou à des bibliothèques musicales.

Acteurs clés

Les majors Warner Chapell, Universal Music Publishing Group et Sony Music Publishing détiennent la moitié des parts de marché de l'édition. Il existe plusieurs maisons d'édition indépendantes importantes comme Sugar Music et son label Sugar Records, Cafe Concerto, Curci.

Opportunités de synchronisation

Le marché de la synchronisation musicale représente un levier stratégique pour les artistes. Bien que les marques privilégient souvent les musiques instrumentales ou les artistes de renommée internationale, des opportunités existent pour les talents émergents, à condition d'être accompagnés par des partenaires locaux. L'essor récent des plateformes de streaming comme Netflix, Prime Video ou Disney+, qui investissent dans la production de contenus italiens, ouvre de nouvelles perspectives pour les artistes, tant italiens qu'étrangers. Cependant, la structuration du secteur reste floue. Le rôle de superviseur musical est peu identifié en Italie, souvent remplacé par des intitulés comme consultant ou coordinateur musical, sans organisation professionnelle dédiée.

Média

Découverte musicale

La découverte musicale en Italie passe surtout par les réseaux sociaux et le streaming. Une étude Kantar-ComScore (2021) pour Google montre que 90 % des adultes italiens écoutent de la musique en streaming, principalement sur YouTube (74 %), suivi de Spotify (54 %), Prime Music (34 %), les web radios (15 %) et Apple Music (9 %). YouTube domine, mais TikTok gagne du terrain chez les jeunes.

Radio

Les radios italiennes sont très variées avec plusieurs stations du service public comme Rai Radio (agence d'information d'État) et d'autres stations de radios privées (Virgin Radio, M2o, RTL, Radio DeeJay) et commerciales. Les radios indépendantes peuvent aussi être intéressantes puisqu'elles mettent principalement en lumière les artistes émergents des scènes musicales nationales et internationales.

TV

Le paysage télévisuel est organisé entre les chaînes d'État (la RAI⁶ 1,2 et 3) et les chaînes privées, qui sont dominées par les groupes Mediaset et SKY. Les émissions musicales les plus populaires sont X Factor et Amici. Le plus grand festival musical est également le plus grand événement musical de la télévision italienne. D'autres événements tels que le Primo Maggio et le Wind Summer Festival sont également retransmis.

Presse

En Italie, les titres de presse et magazines musicaux ont une version numérique depuis plusieurs années. Au vu de sa popularité gagnée ces quinze dernières années, la presse numérique est à prendre en compte lors de campagnes publicitaires. Rolling Stone, Zero ou encore Soundwall⁷ peuvent être des outils de promotion efficaces. La presse quotidienne comme La Stampa, La Repubblica, Il Corriere della Sera ou Il Messaggero, représente un espace important de publicité pour la musique (agenda des concerts, interviews d'artistes, critiques musicales).

⁶ Radiotelevisione Italiana

⁷ Une liste plus complète se trouve dans l'étude EMEE.

Bonnes pratiques à l'export

Pour réussir à se développer sur le marché italien de la musique, il est essentiel de s'entourer de partenaires locaux qui comprennent les spécificités du marché et peuvent faciliter l'intégration des artistes.

L'Italie est un pays où la scène live est dynamique, mais il existe un fort contraste entre le nord, plus structuré et accessible aux artistes internationaux et le Sud où les opportunités sont plus rares et les réseaux moins développés. Il est donc recommandé de se concentrer d'abord sur les grandes villes du nord et du Centre (Milan, Rome, Bologne, Turin). Collaborer avec un tourneur ou un promoteur local est un atout majeur.

La presse traditionnelle joue toujours un rôle important en Italie, malgré l'utilisation croissante des médias numériques pour la promotion. Travailler avec une agence de presse italienne permet d'obtenir une couverture médiatique efficace, les relations avec les journalistes étant primordiales pour toucher un public plus large. La stratégie passe par une approche créative, qui propose des angles variés selon les types de médias⁸.

Pour maximiser sa visibilité, il est important d'optimiser sa présence sur les plateformes de streaming et les réseaux sociaux italiens, tout en participant aux événements professionnels locaux. Une fois un artiste établi et reconnu sur le marché, il peut envisager des opportunités de synchronisation dans la publicité ou des productions cinématographiques. Si ce secteur est en plein essor en Italie, il reste difficile à percer. Il est donc crucial pour un artiste étranger de collaborer avec un partenaire local, un sous-éditeur, un agent de synchronisation, ou un responsable de relations presse, qui saura promouvoir le projet auprès des acteurs adéquats.

À propos du Centre national de la musique

Pour vous guider dans votre développement sur le marché italien, vous pouvez solliciter l'expertise des équipes du Centre national de la musique afin de profiter d'un accompagnement plus spécifique et de conseils personnalisés. Le CNM propose et relaie également de nombreux dispositifs d'accompagnement à l'export (appels à projets, camps d'écriture...). Enfin, il met à disposition des [ressources](#) en libre accès sur son site Internet pour explorer différents marchés de la musique à l'international.

Pour rester à l'écoute des dernières actualités sur l'export, inscrivez-vous au Flash info export du CNM [ici](#).

⁸ Le rapport EMEE mentionne des agences de communication, marketing et relations presses.