



Meta



SIAE DALLA PARTE DI CHI CREA

Questa canzone non è al momento disponibile

Stando alle più recenti informazioni diffuse dalla **FIMI** (Federazione Industria Musicale Italiana), anche nel 2022 il mercato musicale italiano ha visto un aumento dei ricavi provenienti dal mondo digitale

1 6 , 0 3 , 2 0 2 3
È UNA DATA CHE MOLTI RICORDERANNO COME LA FINE DELLE CANZONI SUI SOCIAL TARGATI META: FACEBOOK E INSTAGRAM.



80%

Dei ricavi complessivi è rappresentato dallo

STREAMING



5%

Degli ascolti di musica in Italia avviene sulle **piattaforme di social media**, in particolare su quelle di **Meta**.

Sebbene possa sembrare un modesto numero, non bisogna sottovalutare il 5% degli ascolti. È importante considerare che le piattaforme di social media si sono trasformate nel principale mezzo di comunicazione e promozione per gli operatori nel settore musicale. Oggi, il destino di un brano, di un tour o di un album può essere deciso dai contenuti viral di TikTok, Instagram e Facebook, così come dalle playlist di Spotify, Apple Music e Amazon. Non essere presenti su queste piattaforme significa non solo rinunciare ai compensi delle licenze d'uso, ma soprattutto privarsi dell'opportunità di promuovere la propria musica in Italia e all'estero. Rinunciare alla visibilità su Instagram e Facebook, come accade attualmente nella disputa tra SIAE e Meta, comporta la scomparsa della musica italiana da questi canali di comunicazione. Puoi trovare ulteriori informazioni su questo argomento nell'articolo "La battaglia tra SIAE e Meta: l'assenza della musica italiana su Instagram e Facebook" su Ultim'ora (zanichelli.it).



Si tratta di un'espansione di mercato che è stata stimolata anche dal cambiamento delle abitudini degli utenti, modificatisi a seguito della pandemia.