Il valore della musica nei pubblici esercizi: i dati FIPE-Siae

20251120114624musicweek-fipe-siae

Partiamo da un presupposto: la musica, a pieno titolo, è parte integrante dell'offerta dei pubblici esercizi. È stato ribadito nel corso di uno degli appuntamenti in agenda in occasione della Milano Music Week, che ha ospitato la tavola rotonda "Il valore della musica e i pubblici esercizi" promossa da Fipe-Confcommercio. L'evento ha visto la partecipazione di Lino Enrico Stoppani, Presidente Fipe-Confcommercio, Tommaso Sacchi, assessore alla Cultura del Comune di Milano, Matteo Fedeli, direttore generale di SIAE, Andrea Pontiroli, Cofounder e Amministratore Delegato Santeria.

Cuore dell'appuntamento è stata la presentazione dell'ultima indagine FIPE, che fa una fotografia puntuale sulla presenza della musica nei pubblici esercizi e sulle tendenze del momento, con dati che documentano anzitutto il recupero del terreno perso con la pandemia. Nel dettaglio, la ricerca mostra che l'offerta di musica nei locali pubblici crea atmosfera (44,8%), rafforza l'identità del locale (36,7%), favorisce la socialità (15,7%) e stimola la scoperta di nuovi artisti e tendenze musicali (22,2%). Per sei cittadini su 10 la musica è un elemento decisivo nella scelta del locale in cui trascorrere momenti di svago e relax.

LA MUSICA È CULTURA

Il cosiddetto "diritto al silenzio" nei locali pubblici non è un'opzione desiderabile: al contrario, la musica è percepita come parte essenziale dell'esperienza collettiva e del piacere dello stare insieme. D'altronde, la musica accompagna i diversi momenti della giornata: il 97,6% degli intervistati la ascolta ogni giorno, a casa, durante gli spostamenti, al lavoro, oppure mentre fa sport o durante le proprie serate fuori. La musica è cultura, al pari dell'arte o della letteratura (49,9%), ma anche veicolo con cui si esprime la propria identità personale (35,8%), evasione dal quotidiano e linguaggio emotivo (28,9%).

Riguardo le tipologie di eventi musicali nei locali, nel 2025 il 63,6% degli intervistati dichiara che la musica di sottofondo ha accompagnato i propri momenti fuori casa, mentre il 37,8% ha assistito ad eventi di musica live o registrata. La musica è imprescindibile e fa la differenza soprattutto nei cocktail bar (66%) e nei pub/birrerie (53,5%) mentre meno marcato è il ruolo giocato nei bar/caffè (28,7%) e nei ristoranti (16,5%).

I DATI SIAE

Per comprendere al meglio valore e ruolo della musica nei pubblici esercizi è necessario osservare i dati Siae. Nel 2024 sono 42.873 i locali (bar, ristoranti, pub, ecc.) che hanno ospitato "accompagnamenti musicali", ovvero eventi musicali dal vivo o con musica registrata. Più della metà (56,2%) sono bar, lounge/cocktail bar seguiti dai ristoranti/pizzerie (37,3%), disco pub (6,6%). Ben 110.226 sono i locali pubblici che utilizzano musica d'ambiente come sottofondo sonoro: la maggioranza sono bar (62%) e ristoranti/pizzerie (34,3%), mentre su quote inferiori si collocano disco i pub (3,8%). Con 171 eventi musicali in media al giorno, la Lombardia è al primo posto nella graduatoria regionale: in particolare, in regione ci sono il 14,4% dei locali che fanno accompagnamenti musicali in Italia (6.179 in valore assoluto) e il 16,6% degli eventi complessivi (62.529). Completano il podio Emilia Romagna (che concentra il 10,1% dei locali e l'11,6% degli eventi) e Veneto (rispettivamente 9,1% e 9,6%).

A fare da traino è la provincia di Milano, in cui i pubblici esercizi realizzano 16.437 eventi musicali: solo Roma ne fa di più, con 21.533 eventi nel 2024. La Lombardia mantiene il primato anche con riferimento alla musica d'ambiente: il 19% dei locali che la utilizza come sottofondo risiede nella regione. Nel decennio 2014–2024 la crescita delle giornate con eventi musicali è evidente: dopo il crollo degli anni della pandemia ha ripreso slancio e nel 2024 ha raggiunto la soglia di circa 370 mila eventi. Ogni giorno in Italia ci sono oltre mille eventi all'interno dei pubblici esercizi.

UN ELEMENTO DI IDENTITÀ

Crescono gli eventi musicali nei bar e nei ristoranti: +32% nei bar e +10% nei ristoranti. Al contrario, diminuisce il ricorso alla musica d'ambiente (-9% nei ristoranti e -14% nei bar) che non ha ancora recuperato i livelli pre-pandemia. Nel tempo del digitale e dello streaming, questa evoluzione racconta un cambiamento dell'offerta musicale nei locali pubblici che va nella direzione di una più alta qualità dell'intrattenimento sonoro. Per i locali che organizzano intrattenimenti musicali, la musica non è elemento accessorio ma diventa un elemento di identità e distintività dell'offerta in un contesto in cui l'accessibilità alla musica è profondamente cambiato.

«*La musica è uno dei fattori di trasformazione delle nostre imprese nell'era post-Covid. Al centro di questa evoluzione c'è l'evidenza che i pubblici esercizi rappresentano un autentico valore pubblico, un presidio di socialità insostituibile nelle nostre città e nei nostri territori. Sono luoghi dove si fertilizza il vivaio della cultura musicale e le persone vanno per ritrovarsi, per stare insieme, per dialogare, per condividere esperienze. In questo quadro, la musica è un acceleratore di convivialità che fa bene anzitutto alle persone ma anche alle nostre città. Valorizzare e difendere questi luoghi, simbolo del modo di intendere le relazioni umane e la libertà, è un atto di civiltà, di resistenza e di coraggio, da enfatizzare nel decimo anniversario degli attentati di Parigi, che avevano come obiettivo proprio questi luoghi di aggregazione sociale*», ha commentato **Lino Enrico Stoppani**.