

■ 이탈리아 형태별 음반 판매량 추이(2006~2010)

(단위: 백만 장)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	연평균성장률
오프라인 음반	CD	28.8	25.5	20.6	16.6	14.6	-15.6%
	뮤직 비디오	1.7	1.1	0.7	0.7	0.6	-22.9%
	기타	0.6	0.3	0.4	0.8	0.4	-9.6%
디지털 음반	싱글 트랙	2.9	4.9	6.6	11.2	12.4	43.8%
	디지털 앨범	-	-	-	-	-	-

*뮤직비디오에는 DVD와 VHS가 포함됨. 기타는 싱글, 레코드판, 카세트와 같은 매체가 해당되며 싱글 트랙은 온라인 트랙 판매만 해당됨.

※출처: IFPI (2011) 재구성

- 형태별 음반시장을 구분해보면, 오프라인 음반으로서 CD(Compact Disc), 뮤직비디오(DVD, VHS포함), 기타(싱글, LP, 카세트테이프 등)가 있으며 디지털 음반에는 싱글트랙(온라인 트랙)과 디지털 앨범이 있음
- 2010년 이탈리아의 오프라인 음반은 총 1,560만 장이 판매되었는데 이 가운데 CD가 1,460만 장(93.6%), 뮤직비디오 60만 장(3.9%), 기타 40만 장(2.6%)이 판매되었음. 또한, 디지털 음반으로는 싱글트랙이 1,240만 트랙이 판매되었고 디지털 앨범은 집계되지 않았음
- 한편, 대표적인 음반 매체인 CD는 2006년에 비해 2010년이 대폭 감소한 수준(CAGR: -15.6%)이지만 싱글트랙(CAGR: 43.8%)은 판매량이 급증하였음