

Lo Sniffo

KEITH RICHARDS CONFESSA: HO SNIFFATO LE CENERI DI MIO PADRE. TUTTO BENE...

Non essendosi ancora esaurita la spinta propulsiva del primo di aprile, preferiamo prendere la notizia come più ci piace e cioè sorvolandone le implicazioni psicomorali: Keith Richards ha confessato candido di aver sniffato le ceneri di suo padre. Così raccontava ieri sera una agenzia che riportava le parole del musicista, genio compreso dei Rolling Stones. La rivista «New Musical Express» gli chiede a bruciapelo quale sia stata la sua più forte esperienza con le droghe. Richards risponde a modo suo e bisogna dire che si tratta di una bufala è stata ben condita perché il nostro Keith è uno che, senza peccato, potrebbe davvero averlo fatto. Fatto che cosa? «Intendi dire



la cosa più forte che ho tirato? - chiede - Mio padre. Ho tirato mio padre». Fantastico. «Era stato cremato - racconta - e non ho resistito alla tentazione di sniffrarlo con un tiro di cocaina». Spiazzati? Inorriditi? Tranquilli, è Keith Richards, un paradosso d'ossa e poca carne che da sempre sguazza in luoghi di confine e non ne ha mai fatto mistero. Così, sincero come un bimbo sincero ha spiegato: «Lui non se la sarebbe presa, se ne sarebbe fregato. Comunque andò giù abbastanza bene e sono ancora vivo». Ovvio, nessuno è mai morto per un po' di cenere nei polmoni. Un chimico potrebbe comunque chiedersi se faccia più male la cenere o la cocaina, ma molti di noi sono di sicuro presi da altre questioni di natura meno fisica. Intanto, eccovi una chiacchierata immaginifica che costa niente e non fa male a nessuno.

Toni Jop

MUSICA Moltiplichiamo il file all'infinito: l'accordo tra Emi e Apple toglie i «lucchetti» che rendevano non duplicabile un brano scaricato legalmente. Un po' di libertà in più che andrà comunque a favorire l'espansione ulteriore del mercato on line

di Toni De Marchi

Edgard Bronfman non era affatto contento quando ha annunciato agli azionisti della Warner Music i risultati finanziari dell'ultimo trimestre. E non solo perché il fatturato della società di cui è amministratore delegato è diminuito dell'11 per cento rispetto ad un anno prima. Quello che agitava Bronfman era l'annuncio arrivato come una bomba un paio d'ore prima: la concorrente EMI e la Apple avrebbero venduto musica on line senza protezioni. Insomma, musica che chiunque potrà legalmen-



Un iPod, sotto i Rolling Stones e, a sinistra, Chris Martin dei Coldplay

STANDARD Il brano costerà di più ma...
Migliora anche la qualità Note ad alta fedeltà...

La fine del Drm, almeno per Apple ed Emi, si porta dietro due conseguenze, non piccole, non grandi, ma insomma che val la pena segnalare. La prima è l'aumento di prezzo dei brani: da 0,99 centesimi di euro a 1,39. Nessun aumento, invece, per chi acquista un album completo: stesso prezzo, nessun Drm e, udite, una migliore qualità. Emi offrirà la sua musica senza Drm a tutti i negozi online nei formati che ciascuno di loro preferisce: aac, mp3, wma. Per la Apple, la prima a venderli sull'iTunes Music Store, il formato è quello con cui vengono codificati tutti i brani del negozio: l'AAC, sigla che sta per Advanced Audio Coding. Diversamente da quello che molti ritengono, l'AAC è uno standard internazionale e non un formato proprietario della Apple ed è quello raccomandato dal gruppo di standardizzazione Mpeg per il futuro dell'audio. Bene, finora i brani venduti dal negozio Apple erano codificati a 128 kilobit al secondo. Cioè, le informazioni registrate digitalmente vengono "restituite" a 128 mila bit al secondo, il che significa che per codificare quella determinata canzone potranno venire usati 128000 bit per ogni secondo di durata. Le nuove canzoni saranno codificate a 256 kb/s, il doppio degli attuali. Cioè lo stesso brano musicale sarà descritto dal doppio di bit del sistema precedente: dunque maggiore dettaglio, maggiore precisione, miglior ascolto. Certo, se poi ci mette degli altoparlanti da 20 euro, sentirete sempre male. **t.d.m.**

Musica online ti copio quanto voglio

te duplicare e duplicare e duplicare e... Una proposta «completamente senza logica e senza merito» ha commentato - secondo quanto riporta il quotidiano britannico Financial Times - il capo della Warner Music, uno dei quattro colossi che si dividono il mercato discografico mondiale. Edgard Bronfman è per il momento l'unico dei grandi protagonisti della musica registrata che si è espresso pubblicamente sull'annuncio fatto contemporaneamente in Inghilterra e negli States che l'era del Drm sta per finire. Un'era durata poco, in anni «naturali». Molto, forse troppo, in anni «inter-

**iTunes, di Apple, ha il 70% del mercato su Internet. E se decide di togliere i «sigilli» lo fa per interesse...
Magie della Rete**

nettiani». Per la musica abbiamo una data certa di inizio di quest'era: il 28 aprile 2003, quando Steve Jobs annunciò che la Apple avrebbe aperto un negozio di musicale digitale on line, l'iTunes Music Store. Si partiva con 200mila brani (adesso sono più di cinque milioni) tra la diffidenza e la paura delle stesse etichette discografiche che oggi guardano con fastidio e sospetto a questa novità. Ogni brano musicale era blindato, protetto da una serie di lucchetti informatici che ne impedivano la duplicazione oltre un certo limite, che ne condizionavano la riproduzione su un computer piuttosto che su di un altro. Questi lucchetti hanno un nome, Drm, Digital Rights Management, gestione dei diritti digitali. Un modo gentile per dire che quel che hai comperato non è tuo. Almeno non del tutto. Una pratica, quella del Drm, che aveva provocato fastidio e proteste tra i consumatori, nonostante il mercato della musica online sia passato da zero ad alcuni milioni di pezzi venduti ogni anno. Naturalmente i Drm venivano applicati da tutti i negozi online, non solo da quello della Apple. Ma l'iTunes Music Store detiene da solo quasi il 70 per cento del mercato ed è dunque il bersaglio



privilegiato. In Norvegia l'ombudsman per la protezione dei consumatori ha imposto alla Apple di eliminare alcune delle limitazioni, e ha dato una scadenza: settembre 2007. Non che il resto dell'Europa sia rimasto a guardare: il parlamento francese aveva discusso a lungo su una norma che avrebbe messo in difficoltà il negozio della Apple. E anche la VZBV, l'agenzia olandese di protezione dei consumatori, aveva chiesto che ci fosse maggiore flessibilità nell'utilizzo della musica comperata online.

Il primo a essere consapevole che l'era del Drm stava per finire era proprio Steve Jobs, che qualche settimana fa lanciò quella che sembrava una provocazione diretta alle majors del disco: basta con le protezioni, aveva detto. E si era ritrovato addosso le proteste dei monopolisti della musica. A novembre Peter Jenner, manager dei Pink Floyd, di Syd Barrett e dei Clash, spiegava in una intervista alla rivista on line The Register che «i Big Four sanno che l'era del Drm è vicina alla fine».

Emi adesso ha deciso di rompere il fronte e di allearsi con Apple in una piccola crociata per la libertà digitale degli acquirenti di musica online. Filantropia? Beh, difficile. Alla fine Apple ed Emi vogliono fare profitti, come tutti. Il fatto è che sia Emi che Apple pensano che in questo modo il mercato legale della musica online riceverà un nuovo impulso. «Crediamo che i nostri clienti lo apprezzeranno e ci aspettiamo di vendere oltre la metà delle canzoni disponibili su iTunes in versione senza Drm entro la fine di quest'anno» ha detto Steve Jobs presentando lunedì l'accordo con Emi. D'altronde quasi nessun sistema di protezione ha mai resistito più di qualche mese all'offensiva dei cracker. Non si sono salvati né i cd né i dvd, certamente non la musica online e tantomeno i film venduti sulla rete. Per molti anni le majors della musica e del cinema hanno rallentato o bloccato le nuove tecnologie dell'entertainment domestico per paura dei copioni digitali: il dvd ha stentato dieci anni prima di riuscire ad entrare nel mercato. Ma adesso c'è la variabile della Rete. Una variabile democratica e immensa. Che muove e vince.



DIRITTI E MERCATI Fin qui, ogni Paese europeo aveva il suo «banchetto» iTunes escluso agli altri
Monito dell'Europa: l'on line è uguale per tutti

Tutto è cominciato dal solito omino che grida il «re è nudo». O dal solito granello di sabbia che inceppa la grande macchina. Insomma, è cominciato da dove volete voi, ed è finito con la Commissione europea che ingiunge a «Apple e a numerose case discografiche» di dare spiegazioni su una possibile violazione del diritto comunitario come ha spiegato Jonathan Todd, portavoce della commissaria europea alla concorrenza Neeli Kroes. La Commissione contesta che le limitazioni territoriali nell'acquisto di musica online violerebbero le regole comunitarie sulla concorrenza. In pratica cosa succede: quando un acquirente accede al sito del negozio on line della Apple e cerca di acquistare un brano musicale, il sistema di pagamento controlla qual è il Paese di emissione della carta di credito e gli nega l'acquisto se si trova su un negozio «straniero». In pratica, l'iTunes Music Store esiste per

molti Paesi europei, oltre che per gli Usa e alcuni altri Stati extraeuropei. Io posso comperare solo sul negozio italiano, il mio amico François solo su quello francese e così via. Il granello di sabbia che ha mosso la Commissione è un tranquillo signore inglese che un giorno si è accorto che quella stessa canzone che poteva comperare dal negozio inglese per 0,79 sterline (circa 1,17 euro) costava 99 centesimi in Francia o in Italia. Insomma, lo stesso brano musicale costava meno in un altro Paese europeo, ma lui non poteva comperarlo. «I consumatori subiscono dei condizionamenti nella loro scelta del luogo dove possono acquistare la musica» ha spiegato il portavoce della signora Kroes. La Apple, tuttavia, benché chiamata in causa direttamente ha tutte le ragioni per chiamarsi fuori. «Apple ha sempre voluto operare un singolo negozio iTunes pan-europeo, accessibile da chiunque da qualsiasi

stato membro, ma le etichette musicali e gli editori ci hanno detto che potevano garantirci solo alcuni diritti» spiega un comunicato ufficiale della Apple. Effettivamente la storia è proprio come la raccontano quelli di Apple: chiunque abbia seguito la nascita dei negozi iTunes europei sa del lungo tira e molla con gli editori, ognuno dei quali voleva mantenere il suo controllo sui mercati nazionali. D'altronde è quello che succede con i Dvd: se lo comperate in America non funzionerà sul vostro lettore europeo e viceversa. Ma non ci sono solo gli editori: ogni Paese europeo ha la sua Siae che incassa i diritti sui dischi e assimilati. Nessuno rinuncia facilmente ad un pozzo di soldi facili e così, tra strategie di mercato dei discografici e protezione dei mercati nazionali, a rimetterci sono i consumatori. Non solo per i prezzi, ma soprattutto per la scelta. Molte canzoni sono disponibili solo sui negozi nazionali ed acquistarle di-

venta impossibile per i non residenti. Per cui i veri imputati sono quelle «numerose case discografiche» citate anonimamente (ma perché?) dal portavoce della commissaria europea. Ma da loro nessuna reazione, come si conviene ai buoni monopolisti. La Fimi, la Federazione dell'industria musicale italiana, non ha voluto commentare la presa di posizione di Bruxelles così come ha preferito tacere sull'abolizione dei Drm annunciata lunedì da Emi e Apple. Il problema è che le limitazioni negli acquisti on line sono «pratiche restrittive che violano l'articolo 81 del Trattato» ha spiegato il portavoce della Commissione. Quindi, noi vorremmo che tutti i consumatori di tutta Europa abbiano l'opportunità di acquistare tutti i brani musicali che vogliono, al prezzo che vogliono e da qualsiasi negozio di iTunes». E questo, per i discografici, assomiglia molto ad un incubo. Un terribile incubo. **t.d.m.**