

PIRATERIA / 2

→ **L'inchiesta** Per contrastare il download illegale l'industria del disco lancia nuovi prodotti digitali

→ **Strategie** L'Mp3 dovrebbe lasciare il posto al «MusicDna», ma c'è già chi dubita della sua efficacia

E nel panico da musica gratis le major cercano il miracolo

Il mercato della musica venduta continua a crollare. È vero, crescono i download legali, ma troppo poco. Così si inventano nuovi prodotti e nuove piattaforme. Le leggi? Sempre più feroci, ma spesso inefficaci...

SILVIA BOSCHERO

ROMA
silvia.boschero@gmail.com

Dove va la musica? Nell'etere, sempre più immateriale, sempre più condivisa, sempre più in cerca di regolamentazione. Niente di nuovo sotto il sole? Qualcosa sì in realtà. Perché dopo essere stata ridotta all'osso (via il concetto di supporto discografico caro ai feticisti, mentre l'industria discografica come l'abbiamo conosciuta noi sembra avviarsi di giorno in giorno verso il proprio inabissamento) ora la musica, o meglio, chi la musica cerca di venderla, è di nuovo in cerca di contenuti. Innanzitutto l'Mp3 dovrebbe lasciare il posto al suo successore (tale MusicDna), un nuovo formato con contenuti aggiuntivi: i testi, le foto del musicista e la possibilità di eseguire vari aggiornamenti capaci di fornire le date dei concerti, le interviste e altri ammennicoli nel caso in cui l'utente deciderà di volta in volta di scaricarli. Se non hai pagato il brano ma lo ha scaricato illegalmente, chiaramente, tutto questo «surplus» non sarà accessibile.

Di MusicDna se ne parlerà però in estate, quando presumibilmente saranno stretti gli accordi con le major del disco, ma già c'è chi giura sul suo fallimento o chi teme diven-

ti veicolo di pubblicità e dunque sgradito. Se questo è comunque il primo passo concreto per convincere i consumatori di musica a comprare le canzoni abbandonando la pirateria, altrove ci si dà un gran da fare per far conoscere agli utenti quanto siano sempre più diffusi i «negozi virtuali» dove scaricare agevolmente i brani dei propri beniamini o come la tecnologia vada sempre più nella direzione del download (esce in questi giorni un cellulare capace di scaricare un intero album in wireless in meno di dieci secondi).

Così mentre la più famosa piattaforma a pagamento, iTunes, celebra i dieci miliardi di download di canzoni in tutto il mondo, l'International Federation of Phonographic Industries spiega come oggi sia più semplice comprare brani in rete e anche piuttosto economico. Si è infatti passati nell'ultimo anno da 50 a 400 fornitori legali di musica e da un milione ad undici milioni di canzoni disponibili, tanto che il digitale rappresenta oggi il 27 per cento del fatturato totale. L'Italia è fanalino di coda nello sfruttamento di questa possibilità (in America il mercato della musica scaricata a pagamento vale il 40% del totale, da noi solo il 15%), ma sta crescendo. La Fimi pubblica sul suo sito i dati del 2009 che mostrano tassi di crescita con un fatturato di 20 milioni di euro contro i 16 dell'anno precedente, e questo è già molto anche se accade in un contesto di crisi, mentre il mercato della musica tutta (sia in Mp3 che su supporto, cd o vinile) cala inesorabilmente del 30 per cento dal 2004 al 2009.

Così altrove, in mancanza di nuove idee e soluzioni, si continua a lavo-



Addio disco Una discarica di cd in Bulgaria

-30% **La musica venduta**
In cinque anni, dal 2004 al 2009, è crollato del 30% il mercato complessivo di cd, supporto, mp3, vinile.

400 **I fornitori «legali»**
Solo nell'ultimo anno sono cresciuti da cinquanta a quattrocento i fornitori legali di musica.

11 milioni **Le canzoni**
Sono aumentate da uno a 11 milioni le canzoni scaricabili: il digitale rappresenta oggi il 27% del fatturato totale.