

E-COMMERCE

Apple, tutta un'altra musica

Steve Jobs mette d'accordo le grandi major discografiche e lancia il più grande Music store online

Apple suona la carica con la musica online. In una settimana il nuovo Apple Music Store ha già stabilito due record: è diventato il più grande al mondo sia per catalogo (200mila titoli) che per vendite.

Nelle 18 ore successive all'annuncio del servizio di vendita online, rivelano infatti dalla casa di Cupertino, sono state vendute 275mila canzoni, in cinque giorni si è arrivati a un milione. Tanto da far dire a Doug Morris, Ceo di Universal, una delle cinque "grandi sorelle" del mercato discografico (insieme a Sony, Bmg, Emi e Warner) che hanno firmato l'accordo con la casa di Cupertino: «Pensavamo che Apple sarebbe arrivata a queste cifre dopo un mese. Così velocemente è una sorpresa».

Le cinque sorelle. Il servizio Apple Music (www.applemusic.com), per ora disponibile solo per chi risiede fiscalmente negli Stati Uniti, ha una carta di credito ed è dotato di un Mac (ma arriverà per gli utenti pc entro la fine dell'anno), ha infatti messo d'accordo tutte e cinque le major e gli artisti finora contrari alla vendita delle canzoni online, come Beatles, Rolling Stones ed Eagles.

Un affare che, nonostante la piccola quota di mercato di Apple (sfiora il 3%), promette ampi flussi di contante: 99 centesimi di dollaro a canzone (circa 87 centesimi di euro) più tasse, di cui 65 vanno alle major e 34 ad Apple. A Cupertino sono arrivati in meno di una settimana 420mila euro, secondo le stime degli analisti. Ma soprattutto, per gli utenti l'affare si presenta ben diverso dalla concorrenza (si veda l'articolo sotto): c'è la possibilità di scaricare album o anche una sola canzone, salvarla su tre computer, masterizzarla su cd, effettuare infiniti back-up, trasferirla sugli iPod, i lettori Mp3 di Apple.

Il Music Store. Il servizio è stato presentato a San Francisco dal fondatore e Ceo dell'azienda Steve Jobs insieme al lancio di una nuova versione di Quicktime, di iTunes (il software gratuito che fa da jukebox per i computer Apple) e degli iPod, più piccoli, più versatili (sono dotati di ingrosso Firewire e Usb 2 oltre alla possibilità di funzionare come hard disk esterni e di visualizzare l'agenda, la rubrica e brevi testi) e più capienti (adesso arrivano a 10, 15 e 30 Giga-byte). In una settimana ne sono stati venduti 110mila.

La musica è acquistabile in modo semplice attraverso iTunes (si veda l'altro articolo) in formato AAC, Advanced audio codec, più efficiente (e meno ingombrante in termini di bytes) degli Mp3 — secondo Steve Jobs — superiore come qualità a quella di un cd audio. Un esperimento delle case discografiche, secondo molti analisti, perché la ridotta quota di mercato di Apple limita i rischi di un insuccesso. Inoltre, tra un anno le major potranno «staccare la spina» se non saranno soddisfatte dei risultati.

Le indipendenti. Adesso, però, Cupertino è presa d'assalto dalle etichette indipendenti che pensano di aver trovato un sistema efficiente per distribuire la musica di artisti emergenti che non possono affrontare ampi costi di distribuzione. E per la prima volta molti dei grandi artisti si sono fatti persuadere da Steve Jobs a giocare la carta dell'online: Mick Jagger e Paul McCarthy, ma anche Bono degli U2, il rapper Dr. Dre (produttore di Eminem), Seal, Christina Aguilera e l'italiano Bocelli. Ogni giorno, dichiarano alla Apple, il catalogo si arricchisce



Per comprare la parola d'ordine è semplicità

Per vendere musica online il primo requisito è la semplicità: il servizio di Apple è intuitivo e, soprattutto, non si basa sul Web. Al posto del browser viene utilizzato invece iTunes, software gratuito in dotazione a tutti i Mac (da dicembre anche per Pc) che permette di organizzare e ascoltare la musica presente sul computer. Con un click adesso si può andare online, visualizzando le canzoni del servizio Apple.

La ricerca è semplice come quella di un file sul proprio computer, poi con un altro click si può ascoltare un'anteprima gratuita di 30 secondi del brano scelto e con il terzo click la transazione è effettuata e la canzone viene scaricata sul disco rigido. Se salta il collegamento, il software provvede a perfezionare il download durante la successiva connessione, in modo semplice e sicuro.

Insieme alle singole canzoni è possibile acquistare tutto l'album, i video, scaricare la copertina dell'album e i testi delle canzoni, tutto in formato digitale. Apple ha realizzato un compromesso tra la tutela del copyright e il diritto degli utenti di disporre dei brani acquistati. Niente limite ai back-up, dieci copie possibili su cd, tre computer per ascoltare la musica e un numero infinito di iPod, i lettori Mp3 di Apple. Soprattutto, una volta comprata

la musica rimane per sempre sul computer dell'acquirente. Perché, ha spiegato Steve Jobs, «la pirateria non si vince con la tecnologia ma con l'educazione e l'offerta di una qualità superiore».

Disponibile solo negli Usa, il servizio arriverà anche in Europa dopo gli accordi locali con le principali case discografiche.



Steve Jobs, Ceo di Apple

«Rip. Mix. Burn.», letta come un invito alle pratiche illegali di pirateria musicale. Gli ha permesso, anche, di portare un po' di ossigeno nei conti dell'azienda (tornata nel primo trimestre del 2003 in attivo dopo due quarti in rosso, ma con utili per 12,5 milioni di euro contro i 35 dello stesso periodo del 2002) e di proporre un servizio che aumenti la quota di mercato dell'azienda di Cupertino. «Apple vive se vende il suo hardware — dice Rob Enderle, analista di Forrester Research — per questo all'azienda serve qualcosa per riacquistare quote».

Ma il negozio online di Apple, dicono gli analisti, è anche l'unica strategia possibile per le aziende discografiche, altrimenti costrette a portare in tribunale gli appassionati di musica, i loro stessi clienti, per arginare il fenomeno della pirateria musicale.

a cura di Antonio Dini

sce di qualche centinaio di nuove canzoni, permettendo al pubblico americano di fare shopping musicale online.

Nuovi mercati. In futuro, però, ci sono altri due mercati: i Paesi europei (dove ci sono varie legislazioni) e soprattutto il Giappone, in proporzione il più grande consumatore al mondo di musica. Realizzare il primo, vero negozio online di musica potrebbe essere la terza idea fortunata di Steve Jobs, dopo l'invenzione nel 1976 del primo personal computer, l'Apple II, e del Macintosh nel 1984. Un'idea che ha permesso alla Apple di fare pace con la Riaa, l'associazione delle industrie discografiche americane, dopo la campagna pubblicitaria del 2001

L'OFFENSIVA ANTI-PIRATERIA

Da Internet ai tribunali

Tra case discografiche e pirati della musica è guerra aperta: la minaccia è il crollo delle vendite di cd a causa dei sistemi di file sharing attraverso Internet, cioè lo scambio di brani musicali in formato Mp3. Nel 2002 se n'è andato quasi l'8,3% delle vendite — dice la Riaa, l'associazione delle industrie discografiche americane — soprattutto a causa di Kazaa e Grokster, due popolari software per scaricare musica da Internet.

Peccato mortale. Non è solo illegale, arriva a dire John Styll, presidente dell'associazione che pensano di aver trovato un sistema efficiente per distribuire la musica di artisti emergenti che non possono affrontare ampi costi di distribuzione. E per la prima volta molti dei grandi artisti si sono fatti persuadere da Steve Jobs a giocare la carta dell'online: Mick Jagger e Paul McCarthy, ma anche Bono degli U2, il rapper Dr. Dre (produttore di Eminem), Seal, Christina Aguilera e l'italiano Bocelli. Ogni giorno, dichiarano alla Apple, il catalogo si arricchisce

La fase delle grandi cause giudiziarie è stata chiusa pochi giorni fa da una sentenza federale proprio contro quei due software: a diffe-

renza di Napster, cancellato con un'ordinanza nel 2001 che ha fermato i 50 milioni di utenti del servizio illegale, adesso le software house sono state assolve perché non sono direttamente coinvolte nell'uso che ne viene fatto dagli utenti. Lo scambio dei file, infatti, avviene direttamente tra privati.

La risposta delle case discografiche si è subito rivolta contro i singoli pirati: sono stati citati in giudizio (e rischiano di dover pagare cifre da capogiro) quattro studenti dell'università di Los Angeles che avevano messo a disposizione dei compagni di scuola migliaia di canzoni nella rete del campus. E pochi giorni fa la Riaa ha distribuito attraverso il sistema di chat dei software usati per lo scambio di Mp3 un avvertimento agli appassionati di musica: sappiamo chi siete e che siete coinvolti in questa pratica illegale. Come dire: smettete se non volete finire tutti in tribunale.

Per Wayne Rosso, presidente della software house che ha realizzato Grokster (ma ci sono anche DirectConnet, WinMX, StreamRipper e un'altra decina di software di questo tipo) «l'industria discografica sta attaccando i suoi stessi clienti, gli appassionati di musica». In molti sostengono infatti che lo scambio dei file aiuti a scegliere le canzoni che poi verranno acquistate regolarmente nei negozi.

Le alternative. In realtà, fino ad oggi ci sono poche alternative al vecchio cd, nonostante la rete sia potenzialmente lo strumento ideale per la distribuzione legale dei contenuti audio: molti artisti lo hanno capito e offrono sui loro siti personali un'anteprima delle canzoni o la possibilità di scaricare — a pagamento — l'intero album. È il caso di Madonna, ad esempio, ma il successo è limitato. Oppure ci sono i servizi creati direttamente dalle case discografiche: Pressplay

di Sony e Universal, MusicNet nato dall'alleanza tra Bertelsmann (Bmg), Emi e Aol Time Warner. Ma anche questi servizi non funzionano come sperato: troppo limitati i cataloghi online, troppo caro l'abbonamento (arriva fino a 10 dollari al mese) troppo cari gli album e se poi uno disdice il servizio non può più ascoltare la musica che ha regolarmente pagato. Inoltre non è quasi mai concesso masterizzare su cd una copia dei brani acquistati o salvarli su lettori Mp3. Insomma, dicono in molti, è una fregatura.

Anche scaricare musica da Internet, però, può rivelarsi un cattivo affare: insieme agli Mp3 circolano infatti virus, pornografia, canzoni in bassa qualità e anche file con un nome e tutt'altro contenuto. Da far pensare ai dietrologi che possa essere un'operazione di intelligence e sabotaggio da parte dell'industria discografica: nei forum online circolano leggende metropolitane su emissari della Riaa che distribuiscono file infetti oppure falsificati per rendere l'attività di pirateria musicale frustrante e riportare sulla retta via i consumatori. Leggende metropolitane, appunto.