

IL PUNTO DI MAURO MASİ*

Musica, un futuro tutto digitale

Avvicinandosi il fatale appuntamento con il Festival di Sanremo, torniamo a parlare di musica. Secondo **Frances Moore**, storica a.d. della Ifpi (International federation of phonographic industry), l'industria discografica mondiale «non è mai stata meglio» e dopo la pandemia si è registrata finalmente una solida crescita, «merito della svolta digitale». Una svolta, diciamo noi, che viene da lontano. Inizia il 23 ottobre 2001, quando **Steve Jobs** tenne una misteriosa presentazione (i media erano stati invitati a un generico «music event») al termine della quale presentò l'iPod, il lettore musicale di Apple, un oggetto tascabile che poteva contenere sino a mille brani e poteva essere caricato in tempi brevissimi grazie alla tecnologia firewire, pure inventata da Apple. Fu una vera rivoluzione che cambiò un settore, quello musicale, all'epoca terremotato dallo streaming e dal downloading illegale. Nell'estate del 1999 era arrivato sul mercato Napster, un programma di scambio e condivisione di file musicali che, almeno all'origine, ignorava i diritti dei creatori della musica, per questo fu messo sotto processo e nel luglio 2001 un giudice americano ne ordinò la chiusura imponendo anche un pagamento di 26 milioni di dollari come risarcimento delle violazioni del passato. Dopo Napster, è venuta iTunes, l'applicazione di Apple che permetteva di organizzare gratuitamente la propria libreria musicale in playlist. Ebbe un successo dirompente; tant'è che le vendite al dettaglio di prodotti musicali nel principale mercato del mondo, quello Usa, dimezzarono dal 1999 al 2002 (da 14,6 a 6,7 miliardi di dollari). Ma la vera, autentica svolta nella fruizione della musica in rete nacque nel 2008 in Svezia per opera di un geniale programmatore, **Daniel Ek**, ed era Spotify: un servizio che offre lo streaming on demand di



Mauro Masi

brani musicali di varie case discografiche ed etichette indipendenti; all'inizio era gratuito, poi ha sviluppato anche un programma «legale», cioè a pagamento e che riconosce royalty (peraltro tuttora di modesta entità) agli avventi diritto. Spotify ha avuto una crescita stratosferica: ora ha più di 155 milioni di utenti attivi mensili (con oltre 45 milioni di abbonati paganti) e gestisce oltre 2 miliardi di playlist musicali. Tutto ciò ha portato al risultato clamoroso che dal 2017 gli introiti globali provenienti dallo streaming legale hanno superato, per la prima volta, quelli provenienti dalle vendite digitali e fisiche di prodotti musicali. Insomma, Spotify è diventato in pochi anni il più grande alleato degli artisti e creatori musicali dopo essere stato per lungo tempo la loro bestia nera. Tutto bene quindi per il futuro dell'industria musicale? Non proprio. La pirateria diretta o indiretta generata attraverso la rete è ancora alta e il value gap (il distacco tra il valore generato per i colossi web e il ritorno per i creatori di contenuti) ancora piuttosto elevato. Oggi, poi, anche l'iPod è di fatto quasi scomparso dal mercato perché ormai lo strumento principale di ascolto della musica è lo stesso smartphone. E anche la fruizione musicale come file da scaricare è destinata a essere un ricordo del passato, mentre cresce costantemente lo streaming musicale (che vale 13,4 mld di dollari su un totale di 21,6). Benvenuti quindi nel futuro della musica; un futuro tutto digitale e, probabilmente, migliore di quello che esisteva prima dell'ottobre 2001, prima della rivoluzione del genio Jobs.

*delegato italiano
alla Proprietà intellettuale
Contatti: mauro.masi@bancafucino.it

— Repubblica riservata —

