

il karaoke va online

Al via in Rete il progetto Sing Ring

Fino a ieri l'area delle edizioni musicali sul web è stata terra di caccia selvaggia, non sottoposta ad alcuna regolamentazione e totalmente illegale: autori ed editori titolari della proprietà dei brani si vedevano espropriati dei loro diritti nel momento in cui gli utenti visualizzavano (e scaricavano) i testi del repertorio preferito. Lo scenario è destinato a cambiare totalmente se il progetto messo a punto da **Digital Magics** – insieme a **Matrix** (società del gruppo Telecom Italia per tutte le attività Internet) – tramite il portale Virgilio di Telecom Italia, visitato mensilmente da 11,5 milioni di utenti unici, decollerà e si svilupperà, oltre che in Italia, anche all'estero. L'iniziativa – denominata **Sing Ring**, a breve destinata a prendere corpo in forma di società autonoma come start-up di Digital Magics, incubatore di nuove iniziative nel mercato digitale – è stata ideata, nell'arco di due anni di lavoro preparatorio e con investimenti dell'ordine di diverse centinaia di migliaia di Euro, da **Claudio Somazzi** (Venture Partner di Digital Magics), e ha preso ufficialmente il via con una presentazione tenuta l'11 novembre a Milano, a cui sono intervenuti molti autorevoli esponenti dell'editoria musicale e della Rete.

L'offerta proposta da Sing Ring agli utenti Internet – che si estenderà anche al mobile nell'arco di poche settimane – è articolata su due versanti: da un lato la possibilità di visualizzare e scaricare legalmente e gratuitamente i testi delle canzoni, grazie a un accordo con i principali editori (hanno aderito finora **Curci**, EMI, Heinz, Peermusic, Sony Music, SugarMusic, Universal Ricordi, Universal Music, Warner Chappell, nonché le aziende legate a Made in Italy) che rende disponibile circa un milione di brani, di repertorio nazionale e internazionale, tutelandone il copyright e riconoscendo agli editori una quota, uguale per tutti e riconosciuta proporzionalmente rispetto agli accessi, dei proventi derivanti dalla pubblicità sul sito di Sing Ring (all'indirizzo singring.virgilio.it); dall'altro la possibilità di praticare il karaoke sui titoli offerti in questa versione – attualmente 350, che entro Natale saliranno a 500 e cresceranno successivamente in maniera esponenziale – registrando e condividendo con le communities del web la propria performance audio e video: per questa opzione, grazie ad accordi stipulati con numerosi studi di regi-

strazione a Milano, Roma e Napoli, sono stati appositamente realizzati files di tre tipi (basi registrate, tracce vocali incise da coristi e mix di entrambe) su cui sono regolarmente versati i diritti alla Siae, dunque con un ulteriore ritorno agli editori.

"Digital Magics provvede al tempo stesso – puntualizza Somazzi – a fornire una rendicontazione mensile agli editori per informarli su quali siano stati i titoli più consultati nelle due forme di utilizzo: abbiamo costruito un data base apposito, al riguardo, che non hanno né Siae né gli stessi editori, e contiamo di svilupparne le possibilità di sfruttamento, soprattutto in funzione del karaoke, attraverso i più disparati modelli di business (dal mobile all'edicola, ai club sul territorio, alla Tv, ecc.) giocando sull'interattività. Il catalogo delle registrazioni sta nel frattempo aumentando rapidamente, stiamo in questi giorni lavorando per proporre canzoni per l'infanzia e natalizie, quindi ci dedicheremo a sigle di cartoni animati, brani anni '60, classici



Claudio Somazzi,
Venture Partner
di Digital Magics

sempreverdi, repertorio del folklore ed altri generi ancora". Nel team preposto a seguire l'operazione, accanto a Somazzi, un ruolo chiave – come responsabile dei rapporti con gli editori musicali – è occupato da **Roberto Biglia**, fra i più esperti operatori italiani dell'industria musicale grazie ai lunghi anni trascorsi in Polygram, poi Universal.

Per conoscere i primi risultati in termini economici del progetto, secondo **Giancarlo Vergori** (responsabile digital media e advertising di Matrix), bisognerà attendere i primi mesi del 2010, "anche perché in questo momento il mercato della pubblicità, sia online che offline, è un po' fermo". Ma aggiunge: "Lo spirito di condivisione che caratterizza Virgilio Sing Ring si sposa perfettamente con la filosofia del nostro portale: l'aspetto ludico di questo nuovo servizio, infatti, è amplificato dalla possibilità di condividere il proprio divertimento con gli amici, trasformando la passio-

ne per la musica in un veicolo importante per entrare in relazione. Il portale Virgilio si arricchirà sempre di più di canali verticali estremamente specializzati con servizi e applicazioni dedicati agli interessi, alle passioni e alle necessità degli utenti, e il canale musica ne è un chiaro esempio". E conclude: "Per quanto riguarda l'aspetto più legato al social networking, gli utenti a breve potranno condividere la propria performance canora, caricare online e lanciare sfide agli amici di sempre o incontrarne di nuovi grazie proprio alla musica. In particolare pensiamo che il pubblico femminile e quello dei teen ager saranno tra i primi ad apprezzare Virgilio Sing Ring e a farlo proprio, visto che risultano i più assidui nella ricerca dei testi musicali online e quelli più propensi a divertirsi cantando in compagnia, anche sul web".

Parere positivo sull'iniziativa viene anche dall'altro "lato della barricata", ovvero gli editori musicali: "Finalmente – dichiara in proposito il presidente Universal Music e vicepresidente Fem, Claudio Buja – è stato sviluppato un progetto che permetterà agli utenti di visualizzare i testi delle canzoni attraverso la rete in modo legale: è sicuramente un esempio importante per tutti gli editori costantemente impegnati nella ricerca di strategie efficaci per contrastare la pirateria. La musica è un patrimonio che appartiene a tutti noi e proprio per questo va protetta: siamo dunque lieti di appoggiare la realizzazione di Sing Ring e orgogliosi che proprio in Italia nasca un progetto di tale portata".

Recentissimo è l'accordo firmato, su Sing Ring, con l'emittente radiofonica R101; a tale riguardo il direttore marketing di Monradio (azienda del gruppo Mondadori che gestisce il business radiofonico), **Fabrizio Savorani**, commenta: "Quando ci è stata presentata l'iniziativa Sing Ring, l'idea di legarci ad un innovativo karaoke ci ha subito coinvolto e contagiato. Abbiamo aderito con grande entusiasmo proprio perché in piena sintonia con il messaggio della nostra radio. Ne è nata una partnership tra R101 – "più l'ascolti e più la canti" – e Sing Ring attraverso cui intendiamo offrire al nostro pubblico un nuovo modo per cantare le canzoni più amate e per condividerne le emozioni con una vasta community".

"La musica al ritmo del web 2.0, legale al 110%" è lo slogan che accompagna il lancio di Sing Ring, cui il gruppo Digital Magics approda dopo numerose esperienze sul fronte dell'utilizzo digitale della musica (recente, ad esempio, è il lancio del canale Live su Sky, dove è già in programma l'ultimo show di Laura ▶

► Pausini) e che si svilupperà attraverso altre forme e altre iniziative: "Ad esempio - sottolinea Somazzi - a cavallo fra il 2009 e il 2010 sarà pronta la versione mobile per iPhone e Nokia, le due piattaforme più utilizzate: accanto all'offerta dei testi delle canzoni credo molto, personalmente, nelle possibilità di sviluppo del karaoke. E' vero che in Italia non è mai decollato clamorosamente, finora, probabilmente perché sottovalutato da chi avrebbe potuto investire in questa direzione, ma all'estero (soprattutto negli USA) è già un business di dimensioni molto consistenti, che offre al nostro settore musicale prospettive di estremo interesse: il mio sogno, anzi, sarebbe quello di poterlo portare in tutte le scuole d'Italia, per far capire ai ragazzi attraverso la pratica l'importanza della musica, sia come elemento di aggregazione sia come momento di crescita culturale".

Sul terreno della visualizzazione dei testi, per contro, "siamo gli unici a riconoscere il copyright - prosegue Somazzi - e abbiamo voluto rischiare in prima persona, mentre sarebbe forse stato più logico che fossero gli editori stessi a progettare un'iniziativa del genere, per proteggersi dall'illegalità che domina in questo campo. Il fatto poi che i proventi derivino tutti dalla pubblicità, senza nessun costo per l'utente ma con il riconoscimento di una quota agli editori (commensurata con l'accesso di ogni

singolo brano), è in linea con l'orientamento su cui si sta muovendo il mercato del digitale". Operazione decisamente innovativa, dunque, e destinata a incidere tanto sullo scenario attuale quanto sui futuri percorsi della nostra industria musicale: le trattative con i pochi editori che ancora non hanno aderito al progetto - una percentuale molto marginale rispetto alla totalità - nel frattempo proseguono, con l'obiettivo di coprire interamente il repertorio a disposizione degli utenti Internet e nella convinzione, come recita il comunicato ufficiale diramato da Digital Magics ai media, "dell'importanza di essere parte attiva di un progetto che nasce e cresce nel rispetto del diritto d'autore".

Jazz, struttura di coordinamento

Presentato a Roma in Campidoglio ai primi di novembre, alla presenza di Federico Mollicone, presidente della Commissione Cultura del Comune di Roma, Franco Caroni, presidente Fondazione Siena Jazz, Enrico Intra, direttore dei civici corsi di jazz dell'Accademia Internazionale della Musica di Milano e Stefano Mastruzzi, direttore Saint Louis College of Music di Roma e di Brindisi, il nuovo **Coordinamento Nazionale Scuole di Alta Formazione Jazz** (Co.N.S.A.F), di cui fanno parte la

Fondazione Siena Jazz, i Civici Corsi di Jazz dell'Accademia Internazionale della Musica di Milano e il Saint Louis College of Music di Roma e Brindisi. Le tre istituzioni collaboreranno assieme per creare percorsi formativi comuni al fine di formare figure di riferimento nel campo della formazione europea. Al suo interno il Coordinamento Nazionale accoglierà le istituzioni didattiche che dimostreranno di operare in base agli standard normativi.

Mercato web, la musica e' prima

Un sondaggio condotto da Nick Thomas, Mark Mulligan e Erik Hood per **Forrester Research** individua la musica come primo prodotto nel mercato dei contenuti digitali a pagamento in Europa. Su un campione di utenti Internet europei (14.356 persone di età superiore a 12 anni, intervistate nel terzo quadrimestre del 2009), il 14% ha affermato di aver pagato per accedere a contenuti musicali online; si tratta di una percentuale relativamente alta, se si considera che solo l'8% ha pagato per i film e il 4% per i libri, e tuttavia ancora lontana dalle massime potenzialità del settore: solo il 25% dell'utenza afferma infatti che pagherebbe in futuro per scaricare musica online, suggerendo che c'è ancora molto da fare in termini di offerta di nuovi servizi.