

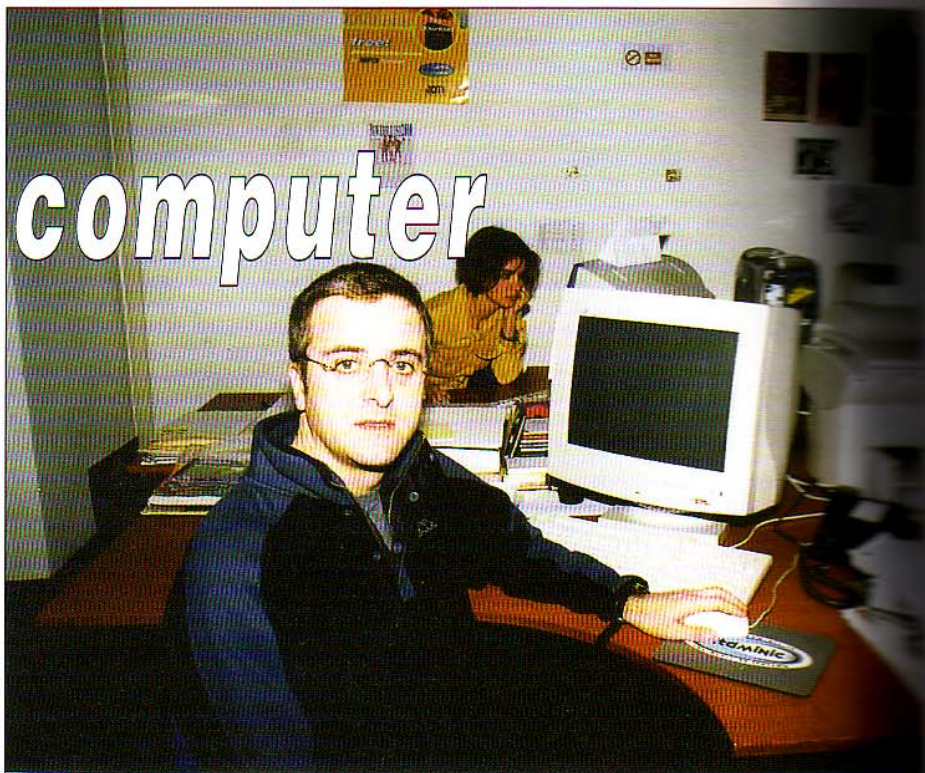
C'è un bargese tra i fondatori
di "vitaminic.it"

Economia
economia

Internet, musica e computer

di Giorgio Di Francesco

L'azienda di cui Adriano Marconetto è presidente dà visibilità a migliaia di gruppi o singoli provenienti da tutto il mondo, e consente di ascoltare ed acquistare la loro musica on line



Adriano Marconetto, bargese, presidente di "Vitaminic"

L'avventura imprenditoriale d'avanguardia che vi vogliamo raccontare è tutta piemontese, seppure l'organizzazione che la sta portando avanti operi ormai a livello europeo. Si fonda su un'invenzione anch'essa piemontese: quel formato MP3, sviluppato a Torino dal team dell'ingegner Chiari-gione, che consente di comprimere file musicali, rendendoli leggibili da computer che abbiano previamente caricato l'apposito software, oltre che da apparecchi specifici, come il Rio.

Per i "brizzolati" il discorso può apparire difficile da digerire, ma i giovani lo hanno capito immediatamente. Infatti, l'MP3, che interagisce con Internet, costituisce la nuova rivoluzione del mercato musicale, come in passato fu per il vinile e, poi, il cd (rimasto, purtroppo, a prezzi quasi inaccessibili, come dimostra il boom delle "masterizzazioni", cioè delle riproduzioni pirata, fatte in casa, con un semplice apparecchio masterizzatore).

Basti ricordare che la società americana MP3.com, nata da poco, ma che è il punto di riferimento del mercato discografico anglosassone delle due rive dell'Atlantico, si è quotata in

Borsa, a Wall Street, solo nella primavera del '99, ma in una settimana ha visto raddoppiare il valore dei propri titoli. La formula della MP3.com è semplice: consentire di scaricare direttamente dalla rete Internet i file musicali e fornire tutta una serie di servizi accessori, supportata dagli introiti pubblicitari.

Il boom americano dimostra che i tempi sono maturi per percorrere questa strada anche in Europa, pur dovendo affrontare qualche incognita in più. Prima fra tutte la diffusione disomogenea degli allacciamenti ad Internet (alta, ad esempio, in Inghilterra, dove già si sperimenta l'uso della rete elettrica, in alternativa a quella telefonica, e bassa in Italia, a causa dell'introduzione della telefonata urbana a tempo, che ha tarpato le ali ad Internet sul nascere) e, poi, in certe nazioni, la scarsa diffusione del computer nelle famiglie.

D'altronde, trattando di imprese on line, il profitto ricavabile direttamente da esse non è immediato. Secondo Jeff Bezos, fondatore dell'Amazon.com (la più grande libreria on line del mondo, che aspira a diventare il maggiore shopping mall, con

una gamma di prodotti venduti che si è estesa dai libri, alla musica, alle videocassette, ai dvd, ai giocattoli, all'elettronica): "Il profitto non è che un obiettivo secondario. Molto più strategico è espandere la gamma, guadagnare mercato ed affermare il marchio". Gli azionisti gli hanno creduto e i titoli di Amazon.com sono passati dai 18 dollari del 1997 ai 230 di qualche mese or sono. Così, Bezos, non facendo profitto, è diventato ricco ed ha dato lavoro a molta gente.

"VITAMINIC.IT" UN'IDEA VINCENTE

Ma rischiare e creare nuove imprese, in simili condizioni, non è facile, se ci si mantiene troppo prudenti: i grossi investitori, quindi, hanno preferito tenersi a distanza e questo fatto, unito al ritardo con cui le grandi multinazionali del disco hanno capito l'evoluzione di Internet, ha permesso a tre giovani piemontesi di buttarsi a capofitto nell'avventura.

Si chiamano Gianluca Dettori, Franco Gonella ed Adriano Marconetto ed il successo della loro iniziativa ha già suscitato l'in- ▶

teresse di periodici nazionali come "Famiglia cristiana" a "Milioniare". Hanno parlato a lungo di loro anche "Il Corriere della sera", "Repubblica", "Espresso", "Panorama", e più volte sono stati ospiti in trasmissioni Rai.

Gianluca Dettori, 33 anni, torinese, l'ex-direttore generale del motore di ricerca Lycos per l'Italia, una delle prime persone ad occuparsi a tempo pieno di Internet in Italia (fu già direttore commerciale di Italia on line) riveste ora la carica di amministratore delegato di Vitaminic.

Franco Gonella, 35 anni, di Asti, ex-partner della Mastra, una delle principali società di consulenza strategiche nel nostro Paese, ed ex-assistente del direttore generale della Business school dell'università Cattolica di Milano, ne è invece il responsabile marketing e comunicazione, mentre Adriano Marconetto, 39enne bargese, ex-direttore marketing del Gruppo Basic (Robe di Kappa), con un passato da pubblicitario presso l'agenzia americana DmbB&B, è il presidente oltre che responsabile dello sviluppo e dei rapporti con gli artisti e le case discografiche.

"Abbiamo cominciato a coltivare l'idea nel febbraio del 1999 - spiega - approntando un business plan di 40 pagine e, a maggio, avevamo già trovato un venture capitalist disposto a finanziare la nostra iniziativa. E a giugno, il sito "www.vitaminic.it" era attivo. Un bel risultato".

"Vitaminic.it" è un nuovo spazio dedicato alla musica digitale ed all'MP3. Un sito Internet che consente di scoprire migliaia di gruppi musicali di tutto il mondo e di ascoltare ed acquistare on line la loro musica. Per trovarli, basta andare sulla "homepage" (ovvero la pagina principale di un sito Internet) e scegliere tra oltre 150 generi. "Inoltre - continua Marconetto - abbiamo recensito più di duemila siti musicali, ai quali garantiamo l'accesso tramite "link" (il "link" è il collegamento diretto ad un sito Internet, partendo da un altro, ndr). Ciò significa che il nostro sito non è rivolto a un solo tipo di amante della musica, ma davvero a tutti".

La scarsa diffusione di Internet, almeno in Italia, rispetto agli Stati Uniti, può anche costi-

tuire un problema ma alla Vitaminic, confortati dai progressi, non ci fanno troppo caso.

"L'importante è constatare che un numero sempre maggiore di giovani si avvicina al computer ed a Internet, checché se ne dica. Da quando siamo partiti abbiamo registrato a lungo una media di circa duemila download al giorno, ma oggi superiamo già (il download indica l'azione di scaricamento d'un file dalla rete Internet, ndr) i tre milioni di impressioni al mese, che avrebbero costituito cifre incredibili fino a qualche mese or sono".

Permane naturalmente la necessità di spiegare cos'è l'MP3 a chi ancora non lo sa. Ma c'è l'homepage, per questo: fornisce tutte le informazioni che servono per iniziare; consiglia i principali programmi per l'MP3 e la musica digitale ed i nuovi apparecchi hardware per ascoltare la musica del futuro. "Non solo: diamo anche modo d'imparare a creare da soli nuovi file MP3, trasformando i cd personali in una collezione di file del genere, da ascoltare sul proprio computer o trasferire sui nuovi apparecchi, come il Rio, che ultimamente sta andando per la maggiore tra i giovani".

UNA VETRINA PER ARTISTI ANCHE SCONOSCIUTI

Si parla tanto di una certa "democraticità" della rete Internet, cioè della possibilità anche per lo sconosciuto di far sentire la propria voce. Un simile discorso è praticabile in campo musicale? "Innanzitutto, su "vitaminic.it" si possono scaricare non solo file

di talune etichette indipendenti, che hanno concluso accordi di partnership con la nostra società (si tratta di 60 etichette, la metà delle quali già attiva on line), ma anche, e soprattutto, di artisti sconosciuti". Un singolo musicista o gruppo, partendo dal sito, ha la possibilità di creare le proprie pagine Internet e trasmettere la propria musica on line gratuitamente. Entrando nel Backstage, può iniziare subito a promuoversi sulla rete ed addirittura a vendere i propri brani musicali. Inoltre, chi ha bisogno di saperne di più sui diritti d'autore e la loro normativa specifica ha immediatamente a disposizione tutto il materiale.

"Sul nostro sito - continua - ci si può anche registrare e, così, ricevere una "newsletter" d'informazione musicale, che s'aggiunge alle notizie che appaiono giornalmente sulla "homepage". Non manca, naturalmente, un indirizzo di posta elettronica che accoglie domande specifiche, alle quali Vitaminic risponde "sempre che non si tratti di questioni che possano già avere trovato una soluzione nella sezione Faq (frequent asked questions = domande frequenti)". Comunque la si voglia considerare tale interazione, insomma, si tratta d'un passo in avanti: il fruitore non è sempre passivo. "Vorrei sottolineare proprio il concetto di "community virtuale": noi siamo a tutti gli effetti la prima community musicale esistente su Internet, in Europa". Quindi, non solo un "negoziato on line", ma un vero spazio comunitario, dove il pubblico può interagire con gli artisti e viceversa. "Non posso non rivolgere un appello ai musicisti ▶

Nella sede di Vitaminic, a Torino

