

## **Premessa:**

Le nuove piattaforme digitali costituiscono oggi una grande opportunità per la musica. Le strade aperte dall'innovazione tecnologica, però, non sono state percorse nella loro interezza dagli addetti al settore. Gli operatori più piccoli e meno forti economicamente si trovano ad affrontare nuove forme di monopolio. Pur avendo superato le barriere d'ingresso al mercato fisico, dovute alla difficoltà di creare una rete distributiva, hanno ora di fronte altri ostacoli, primo fra tutti quello della visibilità.

Le etichette indipendenti italiane, ad esempio, hanno ormai tutte iniziato a distribuire contenuti sui maggiori portali, ma non ottengono spazi sufficienti a farsi notare dal pubblico, perché la concorrenza delle major e degli artisti più noti è troppo forte. Ciò comporta notevoli difficoltà nel raggiungere anche i consumatori più interessati ai contenuti.

Inoltre, sebbene chi attualmente distribuisce musica in rete abbia compreso l'importanza delle community e dello user generated content, le opportunità di azione per gli utenti sono sempre ridotte al minimo.

Manca, infine, un punto di contatto concreto tra artisti emergenti ed etichette.

## **Obiettivi:**

Intendiamo progettare una piattaforma digitale multifunzionale, dedicata esclusivamente alla musica indipendente italiana. Ipotizziamo che, mediante il coinvolgimento di fornitori di contenuti (etichette e musicisti) e del pubblico di appassionati, si possa arrivare a costruire un vero e proprio punto di riferimento ufficiale per il settore. Interlocutore ideale per noi, infatti, è Audiocoop che, essendo la maggiore associazione di categoria delle indies italiane, ci aiuterebbe ad ottenere la fiducia sia delle etichette discografiche che degli utenti (il presidente di Audiocoop, Giordano Sangiorgi, si è detto interessato al nostro progetto).

I servizi offerti dalla piattaforma andrebbero dalla vendita di contenuti, in formato digitale e fisico, allo scouting artistico, all'interazione tra tutti i soggetti coinvolti nella produzione e nella fruizione della musica.

Per gli operatori che non riescono ad inserirsi nel mercato della musica online, la piattaforma costituirebbe un modo per ottenere visibilità e per sfruttare ogni nicchia di pubblico (teoria della *long tail*). Com'è noto, uno dei problemi più grandi per le etichette indipendenti è la distribuzione, specialmente per le case discografiche che non seguono un genere preciso. Il nostro portale riuscirebbe a dare a tutti le stesse possibilità.

Riteniamo importante abbinare all'offerta di contenuti un sistema di social network, che coinvolga i numerosi utenti appassionati, nonché dedicare attenzione ai gruppi emergenti. Miriamo a mettere gli artisti in relazione diretta da un lato con i consumatori e dall'altro con le etichette, attraverso l'assegnazione di

pagine proprie (autogestite e più flessibili di quelle delle attuali community) e di spazi in comune in cui confrontarsi.

Fondamentale è la progettazione di una campagna di comunicazione, declinata su vari canali e rivolta sia agli eventuali partner che al pubblico.

### **Divisione dei compiti:**

Gabriele Spila : Core business. Definizione dei servizi offerti alle etichette (distribuzione musica a pagamento e non , gestione di spazi su richiesta).

Ideazione delle formule relative alla distribuzione dei contenuti, scelta del formato, del prezzo, delle modalità di pagamento etc.).

Silvia Siano: Servizi aggiuntivi. Determinazione delle caratteristiche della community e del social network. Progettazione della sezione della piattaforma dedicata agli artisti emergenti. Modalità di interazione tra le diverse tipologie di utenti

Francesca Mutasci: Comunicazione. Redazione del piano di comunicazione finalizzato a far conoscere la piattaforma alle etichette ed al pubblico.

**Tutor:** Davide Bennato

**Ruolo del Tutor:** Aiuto nel reperimento delle informazioni, consigli di carattere tecnico.

### **Metodologia:**

Dopo una fase di benchmarking, già in parte avviata, abbiamo intenzione di definire le caratteristiche del servizio da offrire. Queste saranno punto di partenza per la progettazione della struttura della piattaforma (diagramma ad albero). Quindi, prevediamo di avvalerci di suggerimenti esterni sul piano tecnico e su quello legale, per renderci meglio conto delle difficoltà e dei costi. Conseguentemente, metteremo a punto il progetto definitivo e il budget plan. In seguito penseremo alla campagna di comunicazione.

E' nostra intenzione realizzare degli esempi pratici, mediante le tecnologie più accessibili.

Sottoporremo poi il lavoro ad Audiocoop e, nel caso in cui ottenessimo consensi, ci metteremo al lavoro per una realizzazione effettiva.

### **Fonti e letteratura di riferimento:**

Il web sarà una fonte primaria per aggiornamenti, benchmarking e dati relativi a ricerche di mercato. Utilizzeremo, inoltre, quotidiani, periodici, pubblicazioni delle associazioni di categoria ( es. Ifpi Music Report) e testi sulla musica digitale, anche se è difficile trovarne di aggiornati, data la rapida evoluzione del campo.