



Con Wegive.it fai beneficenza guardando gli spot pubblicitari

Gigio Rancilio, 7 gennaio 2014

Recita il comunicato stampa: «Da oggi, con wegive.it, si può fare beneficenza con un clic e senza spendere un centesimo».

Tutto vero. L'idea, diciamolo subito, è bella anche se nasconde un piccolo "segreto" (che vi sveleremo più avanti). «In un momento di crisi è nato uno strumento innovativo ed efficace per raccogliere fondi a scopo benefico. E donare non è mai stato così facile».

In pratica: basta accedere al sito internet www.wegive.it o scaricare la app gratuita sulle piattaforme iOS o Android, decidere a quale Ente Non Profit fare una donazione. Com'è possibile? Semplice: le aziende che vogliono fare pubblicità pagano per farsi vedere e per avere un tirono "etico" e noi utenti guardando gli spot sul sito commutiamo il nostro tempo in soldi donati. «È proprio così: semplicemente guardando uno spot per qualche secondo la somma indicata arriverà automaticamente all'Ente Non Profit prescelto» recita ancora il comunicato stampa.

Per ora gli Enti Non Profit coinvolti sono una ventina: tra cui la Fondazione Mondiale Piloti di Formula 1, la Città della Speranza, Forza L'Aquila, Care&Share, Rugby for Life ma chiunque può iscriversi al servizio e ottenere donazioni. «wegive.it ha già ricevuto il sostegno di numerosi testimonial: ci sono sportivi, come i rugbysti della nazionale Marco Bortolami e Leonardo Ghiraldini, Mauro Bergamasco, Manuel e Denis Dallan, Matias Aguero, Michele Rizzo, Andrea De Rossi; il pallavolista Marco Meoni; campionissimi olimpici come Rossano Galtarossa, Kristian Ghedina e Chiara».

E il piccolo "segreto" al quale accennavamo all'inizio? Che wegive.it, molto serio trasparente, dona per ogni spot visto 0,05 euro all'ente Non profit scelto dagli utenti. Il che significa che se una persona vuole donare 10 euro agli alluvionati della Sardegna, deve guardare 200 spot pubblicitari. Una bella sfida. Per tutti.

Musica in cambio di spot? C'è l'imbarazzo della scelta

regione.emilia-romagna.it, 7 ottobre 2013

Ascoltare milioni di brani musicali sul proprio computer, smartphone o tablet, usando una connessione internet. Si chiama streaming - la trasmissione di dati audio e video via web - ed è un modello che negli ultimi anni ha radicalmente cambiato il modo di ascoltare musica per milioni di persone in tutto il mondo.

Sono ormai lontanissimi i tempi del sito di file-sharing Napster (era il 1999). Da allora ne è passata di acqua sotto i ponti del mercato musicale che, reduce da una guerra a

tutto campo contro la pirateria selvaggia, ha dovuto cambiare strategia, rinnovandosi, per sopravvivere. Oggi lo streaming musicale è una realtà in fortissima espansione. Nel giro di pochi anni sono nati numerosi servizi on line per l'ascolto di musica che permettono di accedere a milioni di brani e generi musicali, dai più diffusi e commerciali a quelli più ricercati. Ma come funzionano? Quanto costano? Che limiti hanno?

Fra i servizi più diffusi c'è senza dubbio Spotify. Lanciata nell'ottobre 2008 la piattaforma (nata da una start-up svedese) è disponibile in 27 paesi, Italia compresa, ha un catalogo di 20 milioni di brani e altrettanti utenti, 5 milioni dei quali pagano un abbonamento mensile per usufruire del servizio.

Spotify prevede tre modalità di uso: Free, in cui si può ascoltare musica gratis sul computer di casa in cambio di spot fra i brani in ascolto (il messaggio promozionale si inserisce automaticamente ogni 2-3 canzoni a seconda della durata del pezzo);

Unlimited che con 4,99 euro il mese offre "musica senza interruzioni"; Premium che con 9,99 euro il mese consente di ascoltare i brani senza pubblicità anche su tablet, smartphone e impianto di home entertainment e di scaricare la musica per l'ascolto "off line", cioè anche senza la presenza di una connessione internet.

Per la versione free va detto che trascorsi 6 mesi dall'attivazione del profilo, il servizio introduce un limite massimo di 10 ore mensili suddivisi settimanalmente (2 ore e mezza a settimana cumulabili se non vengono "consumate").

A conti fatti chi non ha intenzione di passare alle soluzioni a pagamento, potrà ascoltare musica mediamente per circa 25 minuti al giorno, a patto di accettare i contenuti pubblicitari.

Altro agguerrito servizio di musica streaming è Deezer, con la sua libreria composta da oltre 25 milioni di brani. Anche qui tre modalità del tutto simili a quelle di Spotify: la gratuita Discovery, con musica e pubblicità (ma anche in questo caso dopo 6 mesi scatta il limite di sole 2 ore al mese contro le 10 ore del diretto concorrente);

Premium (4,99 euro al mese senza pubblicità); Premium+ (9,99 euro mensili, senza pubblicità e fruibilità su tutti i dispositivi). Per entrambe le versioni a pagamento i primi 15 giorni sono gratuiti. Per la formula Discovery trascorsi i 6 mesi iniziali occorre necessariamente passare a un abbonamento in quanto 2 ore al mese è da considerarsi un tempo troppo limitato.

Nell'affollata arena della musica in streaming c'è anche Grooveshark che consente l'ascolto, la condivisione di circa 15 milioni di brani musicali e anche di caricare i propri brani musicali sui server (fino a 5mila canzoni). Due le versioni disponibili: Free sulla stregua degli altri concorrenti e Anywhere che a 9 dollari mensili (o 90 dollari per 12 mesi) permette di usufruire del servizio su tablet e smartphone.

L'ultimo player a sbarcare nel settore, ma solo in ordine di tempo, è stato Google con il suo Play Music. Il colosso di Mountain View offre ai suoi utenti un catalogo di 18 milioni di brani. A differenza degli altri servizi però c'è una sola versione; dopo i

primi 30 giorni di utilizzo gratuito occorre passare al pacchetto Unlimited ai canonici 9,99 euro mensili che consentono l'ascolto su computer e su tutti i dispositivi Android (quindi non è presente sui dispositivi Apple). In questo senso gli altri servizi ci sembrano più flessibili.

La scelta, insomma, non manca, anche se le formule sembrano tutte molto simili. Gli appassionati del "free" non faticeranno a scegliere più di un abbonamento per non trovarsi senza musica passate le poche ore gratuite. Da non dimenticare infine che tutte le piattaforme hanno diverse funzioni che consentono di creare delle playlist con i brani preferiti, sfruttare i suggerimenti per conoscere nuovi artisti, accedere utilizzando i social network più diffusi (Facebook, Twitter, Google+) e quindi di condividere i propri interessi musicali con amici, parenti, colleghi.

Per usufruire dei servizi di musica in streaming bisogna disporre di una connessione internet che, a seconda dei casi, può essere domestica (la rete Wi-Fi di casa) o mobile, ossia la connessione 3G del cellulare. Si tratta di un aspetto da tenere bene a mente. Se si ascolta musica in streaming sfruttando una rete fissa wireless - di tipo flat con consumo illimitato - non c'è motivo di preoccuparsi. Le cose cambiano però se si vuole fare la stessa cosa, mentre si è fuori casa, usando il tablet o lo smartphone.

Anche se non si tratta di un download dove il file viene scaricato fisicamente sul computer, anche lo streaming prevede il consumo e lo scambio di dati. Oltre al costo dell'abbonamento per il servizio di streaming musicale, quindi, occorre capire quanti dati si hanno a disposizione con il proprio operatore mobile. Anche se si è dotati di un abbonamento o un profilo dedicato per la connessione in mobilità, non è detto che basti allo scopo e usufruire di questi servizi può essere piuttosto costoso in termini di consumo.

Fornire una panoramica precisa del consumo dati per lo streaming non è possibile in quanto molto dipende dal servizio e soprattutto dalla qualità audio (160, 190, 256 o 320 kbps, a seconda dei profili e delle piattaforme). Tuttavia si può dire che, in linea di massima, ascoltare musica in streaming dal proprio smartphone o tablet per una decina di minuti - 2 o 3 brani, per intenderci - può rappresentare un consumo che oscilla tra i 15 e i 25 megabyte. Non proprio poco.

Per questa ragione, a meno di non aver attivato un profilo per un consumo massiccio di dati in mobilità (all'incirca non meno di 5 Gb mensili), può essere molto rischioso ascoltare musica in streaming dal proprio smartphone/tablet per diverse ore sfruttando la connessione 3G. Meglio utilizzare il Wi-Fi di casa e ascoltare la musica in modalità "off line" (quando previsto dal servizio).

Nel mercato della musica in streaming non poteva mancare lo strumento che ancor prima di cassette, cd e Mp3 ha fatto storia: la radio. Sul web sono centinaia le stazioni che propongono all'utente i brani musicali da ascoltare basandosi sui propri gusti. Si possono quindi creare vere e proprie stazioni personalizzate dividendole per

genere (pop, rock, classica, jazz, alternative e via dicendo) ed espandere così le proprie conoscenze musicali.

Uno dei servizi più conosciuti è Rdio (realizzato dai fondatori di Skype e lanciato nel 2010) con oltre 20 milioni di brani, che prevede due tipi di abbonamento: Web a 4,99 euro al mese per ascoltare musica sul pc e Unlimited a 9,99 euro per avere lo streaming anche sui dispositivi mobili. Il tutto senza pubblicità. Stando alle ultime indiscrezioni pare tuttavia che entro la fine dell'anno il servizio Web possa offrire gratuitamente molte delle sue funzioni a causa del lancio recentissimo del concorrente di Apple.

Il servizio targato Cupertino si chiama iTunes Radio e ha da poco debuttato negli Stati Uniti (presto sarà disponibile anche in Italia) e punta alla leadership di mercato forte di un catalogo che conta 27 milioni di brani musicali. Un esempio? L'ultimo colpo messo a segno da Apple ha visto l'ingresso nel catalogo dei Beatles, fino a ieri "off limits" per tutti i servizi di musica streaming. La nota positiva per il consumatore è che si tratta di un servizio gratuito quindi non sono previste formule a pagamento, a patto di ascoltare anche qui qualche spot