



■ Di Giorgio Panzeri

EDITORIALE

Il software? È un servizio

Adobe ha deciso di offrire la propria suite solamente in "affitto". Ma è positivo per l'utilizzatore?



La software house statunitense ha modificato radicalmente il modo di vendere e distribuire gli applicativi. Il suo nuovo prodotto si chiama Creative Cloud e, come implicito nel nome, sarà scaricabile solo da Internet. Ma non è questa la novità. Oramai quasi tutti i grandi produttori danno la possibilità di comprare le licenze dei propri software e di scaricarli direttamente dal Web (o di averli a casa pacchettizzati pagando qualcosa in più per la confezione fisica e per la spedizione). Quello che cambia è che non si potrà più acquistare la licenza perpetua del software, che ne permetteva un uso praticamente a tempo indeterminato, ma lo si dovrà "affittare" mensilmente. In pratica si corrisponde una quota mensile che autorizza l'utilizzo del software e quando si smette di pagare non si possono più usare gli applicativi. Concettualmente il principio è analogo a quello dei servizi di streaming musicale (come Deezer o Spotify), che a fronte del pagamento di una quota (circa 10 euro al mese) permettono di scaricare musica e ascoltarla in mobilità sul proprio smartphone o sul tablet. Se non si rinnova il contratto mensile, non si potrà più accedere alla biblioteca della musica scaricata. Si paga il servizio, non la licenza del prodotto, e quindi non si acquistano le canzoni, ma solo la possibilità di ascoltarle. Similmente, pagando l'affitto mensile ad Adobe si potranno usare tutti gli applicativi della Creative Cloud, ma non si disporrà mai di una licenza d'uso perpetua.

Quindi, è meglio o peggio di prima? A mio avviso l'idea è buona ma è stata implementata male. Mi spiego meglio con un esempio. Il costo mensile per tutta la Creative Cloud è di 61,49 euro (meno di 740 euro l'anno), mentre per l'acquisto della Master Collection, con gli stessi applicativi, bisognava sborsare immediatamente circa 3.000 euro. Per una nuova azienda che deve allestire, per esempio, dieci nuove stazioni di lavoro è la soluzione conveniente, perché i finanziatori non si trovano a dover affrontare subito un investimento di 30.000 euro per i soli prodotti Adobe. Una convenienza simile

c'è anche per quelle società che hanno picchi stagionali di lavoro. Quando è necessario si attivano le licenze e si paga solo in base al reale utilizzo del software.

Ma non sono tutte rose e fiori. Ci sono due cose in particolare che reputo migliorabili. Innanzitutto non mi piace la proposta "tutto o niente" di Adobe. O paghi i 61,49 euro per tutti, ma proprio tutti i pacchetti della suite, oppure puoi affittare i singoli software, ma già se te ne servono tre (per esempio per un grafico impaginatore potrebbero essere Indesign, Photoshop e Acrobat Pro) superi abbondantemente il prezzo richiesto per tutte le applicazioni della suite. Adobe non ha previsto come in passato combinazioni di applicativi in grado di coprire esigenze più specifiche. Eppure, sul sito sono già ben evidenziate le macro categorie interessate ai prodotti (design, Web, video e fotografia). Però, per ognuna, pur sottolineando i programmi specifici, viene proposto solo l'abbonamento alla Creative Cloud completa di tutti i software. Molti dei quali non saranno mai utilizzati.

La seconda cosa che non approvo è l'impossibilità di continuare a comprare la licenza completa degli applicativi. È vero che chi ha già acquistato una versione precedente della Creative Suite avrà un canone ridotto (circa 37 euro al mese contro 61,49), ma ci sarà sicuramente chi vorrà continuare ad avere la propria licenza, che permette l'utilizzo a tempo indeterminato del software (anche se successivamente la mancanza di aggiornamenti ne limiterà in qualche modo l'uso). Meglio ha fatto Microsoft con il lancio di Office 365. Si può affittare il software: 125 euro all'anno per la versione Office 365 Small Business Premium che offre vari servizi Web (come il server Exchange per la posta e molto spazio cloud su SkyDrive) e l'uso in locale di tutti gli applicativi. Ma se non si apprezza l'idea dell'affitto del software si può comunque acquistare la licenza di Office 2013 Professional pagando 539 euro. Così ognuno può scegliere la proposta che gli è più congeniale.