
Dischi: la lunga agonia

Autore: Gaspare Novara

Fonte: Città Nuova

"Nun c'è trippa pe' gatti", si dice a Roma quando si vuol fare intendere che marca male e non è più tempo d'abbuffate. Per il music-business è proprio così, e più passano i mesi, più l'orizzonte s'incupisce. Il Sanremo baudesco, che nelle intenzioni e nelle dichiarazioni si prefiggeva il rilancio del settore, in realtà ne ha fatto emergere in modo ancor più lampante la depressione in corso. A parte Grignani, Zarrillo, Alexia, Renga e Silvestri che sono riusciti quantomeno a galleggiare nelle posizioni di rincalzo della classifiche di vendita, tutti gli altri sono colati a picco e già consegnati all'oblio. Vincitori compresi. Ma il calo delle vendite riguarda tutti, anche i big più affermati. Tranne rare eccezioni ciò che un tempo era considerato un flop (50 mila copie), oggi è un evento da festeggiare alla grande. Va detto che la crisi è planetaria. Fatta eccezione per la Francia dove il mercato è in ripresa (soprattutto grazie a leggi protezioniste), l'intero occidente registra tracolli o per lo meno flessioni sempre più preoccupanti. Recessione economica, modifica delle modalità di consumo musicale, eccesso di offerta, pirateria, proposte radio-televisive sempre più stereotipate, sono le cause principali del disastro; cui bisogna aggiungere la miopia di troppi operatori del settore, l'eccessivo costo dei dischi, e la mancanza di strategie e di investimenti sul medio-lungo periodo. In verità la crisi non è cosa recente. Già all'inizio degli anni Ottanta l'industria discografica era in ginocchio e il tracollo venne scongiurato solo grazie al provvidenziale avvento dei compact-disc e dal conseguente rilancio di buona parte dei cataloghi. Ma il denaro fresco che affluì nelle casse delle multinazionali bastò a malapena a foraggiare alcune stagioni di modesta sopravvivenza, complici il progressivo innalzarsi dei costi promozionali, troppi contratti miliardari a popstar non proprio irresistibili, e l'aumento esponenziale di brani scaricabili gratuitamente da Internet. Così il presente è più nero del fondo di un tombino. Qualche dato: in Italia il mercato ha perso quasi il 9 per cento rispetto ai già striminziti bilanci dello scorso anno (-20 per cento nel 2001), più o meno come nel resto d'Europa e in Giappone. In Usa siamo intorno a un -5 per cento, in Messico -15 per cento, in Brasile -25 per cento. In incremento invece il mercato cinese, quello russo e quello indiano (+15 per cento circa). Tornando all'Italia è impressionante il fatto che ormai solo un italiano su tre compra almeno un disco l'anno, e quel poco che ancora si vende è per lo più materiale antologico, firmato da vecchie glorie come Pink Floyd o Simon & Garfunkel. Il paradosso è che mentre i discografici intasano i mercati di pop adolescenziale, solo il 10 per cento appartiene a questa fascia d'età, mentre oltre il 70 per cento degli acquirenti ha tra i 25 anni e i 44 anni. Così mentre le radio martellano le loro playlist da 40 singoli (col risultato che le vendite dei suddetti sono precipitate del -16 per cento) i negozi sono deserti e il web è intasato di sempre nuovi eredi di Napster, con un incremento della musica illegalmente scaricata che ormai rasenta il 500 per cento, il che equivale a circa 7 milioni di persone). Le proposte per una inversione di tendenza sono le solite: sgravi fiscali (iva almeno dimezzata), sussidi economici e legislativi a favore del settore, sconti e offerte speciali. Basterà? Probabilmente no, ma è anche vero che più che al di là della crisi occorre fare i conti con mutazioni radicali del costume, delle tecnologie e dei modi di consumare musica. Il Terzo Millennio esige da tutti gli addetti ai lavori un rapido cambio di mentalità: adeguarsi o sparire è l'imperativo dell'oggi perché un qualunque domani possa esserci. Privilegiare la qualità sull'usa-e-getta, dare ai giovani talenti la possibilità di maturare con calma, differenziare le offerte uscendo dai cliché più consunti: sono consigli tanto ovvi quanto difficili da praticare in questo scampolo di decennio. A meno che, in qualche miracoloso modo, riappaia nella storia l'unica categoria umana capace di salvare l'arte nei tempi bui: i mecenati. Neil Young: Are you passionate Cgd-Warner È ancora in gran forma il cantautore canadese. Tra i padri fondatori del rock è tra i pochi capaci di reggere all'usura del tempo

senza tradire gli antichi ardori, o limitarsi a inutili esercizi di autocitazione. Rock, blues e country, miscelati con la consueta perizia, e quella sua voce falsettata che è una griffe inconfondibile e ancora attualissima. Elvis Costello: When I was cruel Universal Il migliore cantautore della post-modernità torna sulle scene con un nuovo grande album: 15 splendide canzoni, più ruvide, sporche e graffianti del solito, ma illuminate dalla consueta maestria melodica e da testi mai banali.