

Il *Made in Italy* musicale.
Una conversazione
con Carlo Martelli,
Dino Stewart,
John Vignola

Giovanni Guardì

(a cura di)

In questi ultimi anni, la musica italiana contemporanea è uscita raramente dai confini nazionali. Al momento riusciamo ad esportare ancora artisti come Laura Pausini, Eros Ramazzotti, Andrea Bocelli e poco altro. Probabilmente, quindi, se un ragazzo norvegese dovesse pensare a cosa è la musica italiana oggi la identificherebbe ancora con alcuni grandi classici come *Quando Quando Quando* di Tony Renis o *Tu vuoi fa' l'americano* di Renato Carosone. Del resto, nel catalogo storico Ricordi, ora di proprietà della Major Universal, il brano italiano più redditizio all'estero (suonato, utilizzato, inciso) è ancora *Nessun Dorma* di Giacomo Puccini. E dovrebbe far pensare. Negli ultimi quindici anni, l'industria musicale italiana ha subito una profonda trasformazione strutturale; oggi tutto il patrimonio musicale è gestito da pochi grandi gruppi, perlopiù major statunitensi: Emi, Sony, Universal e Warner occupano, da sole, più del 75% del mercato nazionale. Parlando con gli operatori di settore, l'impressione generale è quella di un mercato chiuso, dove le poche figure che funzionano all'estero sono ancora le stesse emerse già all'inizio degli anni '90. Unico nome nuovo di rilievo, Tiziano Ferro (anche se con un repertorio in spagnolo). Solo nel mercato internazionale delle sincronizzazioni (l'abbinamento di canzoni a immagini, spot o film) hanno ancora una buona tenuta la musica pop italiana degli anni '60 (Mina, Celentano, Vanoni), Paolo Conte – soprattutto grazie al successo ottenuto in Francia – e Ludovico Einaudi, che è stato abile a costruirsi un solido profilo internazionale, difficilmente però associabile ad un modello standard di musica italiana. Il quadro generale, se osservato da un punto di vista meramente produttivo, non è dunque particolarmente incoraggiante. Incapacità manageriali dei discografici? Scarsi investimenti nel settore? Mancanza del supporto delle radio, che a differenza ad esempio del mercato francese restano tutt'oggi prive di regolamentazione? Insensibilità dell'ascoltatore a seguire, capire e vivere la musica? Tendenza del pubblico medio a subire

la colonizzazione musicale anglosassone? Di questi problemi abbiamo discusso con Dino Stewart, a capo in Italia della Bmg Rights (gruppo tedesco Bertelsmann) e formatosi in Emi e Sony; Carlo Martelli, A&R [Artist and Repertoire Manager] per Bideri (l'editore proprietario di *O Sole Mio*) e formatosi tra RCA/Bmg, Virgin e gruppo Emi; John Vignola, giornalista musicale e fondatore del «Mucchio Selvaggio».

Giovanni Guardi: *Partendo dalla vostra esperienza professionale, vorrei chiedervi in che modo, secondo voi, viene oggi percepita la musica italiana all'interno del mercato internazionale?*

Dino Stewart: La musica italiana è ancora associata, nella maggior parte dei casi, ai grandi compositori del passato: Verdi, Vivaldi, Puccini. Ci sono sicuramente alcuni nomi che hanno avuto, in alcuni paesi del mondo, magari qualche hit di successo e molti stranieri ancora li ricordano. E non sto parlando dei grandi nomi del pop come Bocelli, Ramazzotti, Pausini, Ferro; parlo di personaggi spesso insospettabili, come Raffaella Carrà, Rita Pavone o Nicola Di Bari che è tuttora amatissimo in tutto il Sud America. Venendo ai nostri giorni, soprattutto in ambito di musica pop, l'Italia conta davvero poco. E tuttavia, fortunatamente, grazie al famoso "Italian flavour", amplificato dal successo del *Made in Italy* nel campo della moda e del design, la musica italiana contemporanea è sempre riuscita ad avere un buon numero di interlocutori di nicchia.

Carlo Martelli: Se ci riferiamo al pop di consumo (che non è necessariamente da connotare negativamente) è triste notare come l'ultimo degli artisti italiani che siamo riusciti ad esportare sia stato Tiziano Ferro. Questo perché il restringimento dei margini d'azione delle multinazionali della musica e il conseguente accentramento decisionale nelle sedi globali ha di fatto limitato il processo di esportazione di artisti italiani verso l'estero. Pare che la Sony si stia organizzando per entrare quantomeno nei territori di lingua ispanica con Marco Mengoni. Per fortuna, nel settore indipendente le cose funzionano un po' meglio. L'agilità delle strutture e il dinamismo dei piccoli imprenditori (a volte le stesse band od artisti) consentono a molti piccoli produttori di organizzare tour anche all'estero. E tuttavia restiamo in ambiti settoriali (come la musica elettronica, il metal o altri generi per i quali la lingua più comune è l'inglese). Generalmente la percezione è però quella tradizionale, legata ai grandi classici.

John Vignola: Dobbiamo anzitutto intenderci su cosa consideriamo "musica italiana". C'è una tradizione, che riguarda il nostro principale merito o croce, che è la melodia. Se consideriamo il suo fortissimo peso nella nostra identità musicale, non è difficile capire la ragione per la quale la musica pop-rock italiana parta già svantaggiata nel mercato internazionale. La sua cultura musicale la rende poco interessante rispetto ai linguaggi ritmici dell'Europa del Nord. Se restiamo nel nostro campo, quello

della melodia, forse il brano di musica pop che in assoluto ha avuto più successo internazionale è stato *Nel blu dipinto di blu* di Modugno, ripreso in maniera meravigliosa da Dean Martin e da molti altri: è l'espressione più tipica della nostra melodia. All'interno di questo campo, le soddisfazioni sono molte, ma hanno nomi e cognomi che conosciamo bene: Laura Pausini, Eros Ramazzotti – fenomeni di cultura musicale di massa che tra l'altro contribuiscono a rafforzare gli stereotipi di quello che potrebbe essere il nostro paese. Ci sono state però anche alcune incursioni meravigliose, come Vinicio Capossela e Carmen Consoli, che hanno suonato entrambi a Londra e a New York; o Lorenzo Jovanotti. Si tratta però di fenomeni estemporanei. Non c'è un reale processo di scambio e la musica italiana rimane perciò confinata. Però va capito che ci sono dei limiti quasi fisici: il flusso musicale va ormai da anni in un'unica direzione. Forse l'unica vera eccezione virtuosa è rappresentata dalla musica cinematografica. Abbiamo conosciuto un momento radioso quando personaggi usciti dai conservatori, quindi con una precisa formazione accademica, sono stati chiamati a scrivere musiche per cineasti stranieri, con grandissimo successo all'estero, soprattutto nei club: Piero Piccioni, Piero Umiliani, Armando Trovajoli, Ennio Morricone. Certo, ancora una volta, abbiamo fatto di necessità virtù, coniugando la melodia con qualcosa di contemporaneo. È sempre la melodia che ci porta avanti e nello stesso tempo ci blocca.

G.G.: *Come è cambiato, negli ultimi vent'anni, il rapporto fra musica italiana e mercato internazionale?*

D.S.: Anzitutto, si lavora molto meno con l'estero. Molte delle etichette indipendenti, che erano forse le più aggressive, hanno chiuso. Sicuramente, avendo tutti ridotto in questi ultimi vent'anni le possibilità di budget, prima di pensare ad esportare bisogna riuscire ad avere successo in Italia. Vent'anni fa se riuscivi a produrre una hit nel mercato italiano, la versione spagnola destinata al sud America veniva incisa in automatico. Oggi non è più così. Così come è praticamente scomparso quel mondo dance che riusciva a far ballare tutto il mondo o una sua buona parte.

C.M.: Tutto è cambiato in questi ultimi vent'anni. Lavorare sui mercati internazionali con artisti italiani è diventata un'impresa titanica, e se dal punto di vista del *live* è ancora possibile reperire delle opportunità, da quello discografico è davvero molto difficile pensare di sviluppare un talento nostrano in altri mercati. Anche se sei in una multinazionale (come Mengoni che incide per la Sony), il processo che impegna un'azienda in vari territori è diventato estremamente difficoltoso anche di fronte a un artista che può vantare numeri davvero importanti. Il fatto che i servizi di streaming o iTunes permettano una rapida reperibilità della produzione italiana in tutto il mondo è senza dubbio un fattore nuovo che va

Il *Made in Italy* musicale. Una conversazione con Carlo Martelli, Dino Stewart, John Vignola

sfruttato, ma è altrettanto vero che dietro a questi artisti deve esserci un progetto chiaro di sviluppo su mercati esteri che non può prescindere dalle partnership internazionali.

J.V.: Forse il modo migliore per capire gli ultimi vent'anni è ragionare sull'intensificazione della colonizzazione anglosassone. Negli anni '70, che forse sono stati, dal punto di vista musicale, i nostri anni più gloriosi, la PFM era l'unico gruppo che suonava all'estero; quando pensi ad un gruppo come gli Area, se lo immagini cresciuto a New York in quegli stessi anni, non è difficile ipotizzare che probabilmente avrebbero avuto un riscontro mondiale, data la voce incredibile di Demetrio Stratos. Il problema è che noi abbiamo dei limiti culturali. La colonizzazione avviene contro di noi, non è che la possiamo ribaltare. La colonizzazione nella musica pop e rock è talmente evidente che non bisogna neppure descriverla. È come se ci chiedessimo quale incidenza nella cultura occidentale contemporanea hanno avuto certi grandi romanzieri italiani. La cultura oggi va in un'unica direzione. Noi siamo fuori dal centro di questa filiera. Questo è un dato di fatto. Poi si può fare di tutto perché le cose vengano riconosciute, si diffondano, affinché ci sia una visione più movimentata del nostro panorama, ma è pur vero che se ad avere successo all'estero è il clarinetto di Renzo Arbore, che serve ancora una volta a confermare sempre lo stesso stereotipo, beh, un po' cadono le braccia. E del resto è difficile immaginare come ci possa essere un rilancio in un momento storico come questo, dove più che altro bisogna tentare di salvare la pelle.

G.G.: *Quali sono i generi musicali italiani che godono ancora di successo e riconoscibilità nel mercato internazionale?*

D.S.: Parlando di musica *mainstream*, i generi più apprezzati sono quelli che confermano gli stereotipi più triti sull'italianità. Il pubblico internazionale non si aspetta brani italiani innovativi, ma canzoni melodiche con un testo semplice, cantabile anche da chi l'italiano non lo conosce (che è un po' anche la chiave del successo di alcuni brani spagnoli in Italia). Ci sono poi alcuni generi di nicchia, che seguono un proprio percorso, all'interno del quale gli artisti diventano interessanti a prescindere dalla provenienza.

C.M.: L'Italia in ambiti elettronici e dance continua ad essere un buon punto di riferimento a livello mondiale. È un fatto storico che parte dalla scena *Italo-disco* degli anni '80 e '90, ma che continua a produrre successi anche oggi. Poi esiste una certa vitalità nella scena che fa capo al punk o al metal, ma siamo di nuovo nel mercato di nicchia. Il jazz italiano invece continua ad avere una sua grande dignità a livello europeo. E poi, parlando di musica di largo consumo, ci sono i tanti casi di musica pop che punta sul bel canto (ibrido tra opera e operetta in salsa pop) e sul repertorio evergreen italiano.

J.V.: Se ai gruppi che vengono a suonare qui in Italia dall'estero chiedi del rock italiano, di solito ti senti dire: Bocelli (!). In generale, all'estero l'interesse è molto basso. Naturalmente poi ci sono quelli che io chiamo i "club di Topolino": gruppi di nicchia che seguono musica di nicchia. In questo tipo di diffusione qualitativa e non quantitativa, l'Italia ha un'ottima reputazione; non invece se parliamo di musica da grandi numeri. Se per esempio chiedi a uno dei Franz Ferdinand cosa sa dell'Italia, cosa vuoi che ti risponda? Può succedere, però, com'è successo, che Tom Verlaine in un'intervista ha dichiarato che l'Italia ha avuto il più grande rocker di tutti i tempi: Adriano Celentano. Nei settori di nicchia abbiamo un ottimo successo, per esempio nel garage rock e nell'elettronica; abbiamo avuto un bluesman di livello come Matteo Salvatore e anche nel jazz contemporaneo abbiamo tantissimi musicisti straordinari. Il problema è sempre lo stesso: la colonizzazione è contro di noi, siamo fuori culturalmente e quindi anche economicamente. Se dovessi fare un parallelo col cinema italiano di ieri e di oggi, la differenza è però decisiva perché nel cinema, nonostante enormi problemi sotto gli occhi di tutti, ci siamo. Naturalmente perché la nostra tradizione è forte, ci siamo stati in un momento meraviglioso, negli anni '50 e '60 con grandi maestri; oggi però abbiamo ancora *La Grande Bellezza* che trionfa agli Oscar, come abbiamo avuto Salvatores o Tornatore. Può non piacerti Sorrentino, ma il cinema italiano è ancora oggi internazionalmente riconosciuto, e quindi il discorso è diverso.

Il Made in Italy musicale. Una conversazione con Carlo Martelli, Dino Stewart, John Vignola

G.G.: *Esistono gruppi emergenti italiani che stanno iniziando ad avere successo internazionale o che hanno potenzialmente tutte le carte in regola per averlo?*

D.S.: Il caso più eclatante è una piccola anteprima. Lavoro personalmente con un gruppo di Torino, gli Sweet Life Society, che fanno elettro swing, anche in italiano. Hanno lavorato con un nostro team di autori internazionali e insieme hanno creato il singolo di un'artista inglese che uscirà presto su etichetta Syco. Per intenderci, la Syco è quel laboratorio creativo che ha "inventato" molti degli artisti più importanti degli ultimi anni, come Il Divo o Leona Lewis, Susan Boyle o gli One Direction. Insomma: degli italiani che firmano un pezzo in Inghilterra! Abbiamo infranto un tabù che viene rotto in media una volta ogni 10 o 15 anni.

C.M.: Partendo dal bel canto, gli esempi di Bocelli oppure del recente trio di giovani tenori Il Volo (entrambi vendutissimi in USA, entrambi di produzione italiana) mi sembrano calzanti. Nella dance è di poco tempo fa il successo dei Bloody Beetroots, mentre nella scena metal, oltre ai Lacuna Coil (che non a caso incidono per una indipendente che non è italiana) ci sono altre interessanti novità, soprattutto in ambito punk et similia: penso ai Soviet Soviet, che hanno presentato il loro nuovo album in US e hanno aperto le date dei Public Image Limited, o agli ZU, che propongono un free jazz con elementi di derivazione rock molto originale.

Il tema:

Conoscere l'Italia contemporanea.
Indagine sul *Made in Italy*

Giovanni
Guardi

Nel pop da grandi numeri i nomi invece sono sempre i soliti: Pausini, Ramazzotti, un po' di Zucchero, Tiziano Ferro, e ora forse Marco Mengoni.

J.V.: Se dovessi scommettere, un gruppo che avrebbe potenzialità è i Verdena, che paradossalmente cantano in italiano, ma non credo che il problema possa essere la lingua. Sulla lingua non siamo competitivi, l'inglese non lo sappiamo; a meno che un giorno non venga fuori un gruppo con un cantante di madre lingua inglese... I Verdena hanno tutte le carte in regola per avere un successo internazionale. Tuttavia, andrebbe anche detto che siamo, anche a livello internazionale, in un momento di stagnazione talmente forte che se devono arrivare delle cose nuove su cui scommettere non arriveranno nemmeno da Inghilterra e Stati Uniti: verranno forse dai paesi del sud del mondo. Il linguaggio del rock è ormai un linguaggio liso, e se qualcosa cambierà non sarà sicuramente da questa parte del mondo. Stanno avvenendo, infatti, grandi spostamenti proprio di linguaggio; penso ad esempio ai Tinariwen (che è una band del Mali), e mi interesserebbe conoscere cosa sta succedendo tra i quindicenni in zone del mondo che cominciano a trasformarsi. Ho in mente l'Arabia Saudita o Israele, dove pare ci siano moltissimi gruppi interessanti. Stiamo entrando in un nuovo modo di intendere la musica, dopo la morte del disco e il concetto stesso di album. Io non riesco ancora bene a capire cosa sta succedendo veramente; bisognerebbe guardare dove sono i giovani che portano avanti il rock, se parliamo di questo linguaggio. E le statistiche demografiche ci dicono che il 70% dei giovani sono in Cina, nei paesi islamici, nei paesi del Sud del mondo.