LA STAMPA

18 gennaio 2014

Il promoter: "Il pubblico vuole un'esperienza unica farsi raccontare una storia"

Nadia Ferrigo

Toglieteci tutto, ma non la musica dal vivo. Se l'industria discografica è in crisi nera, tanto che oggi in Italia per conquistare un «disco d'oro» possono bastare 250mila copie, mentre fino a qualche anno fa arrivare a mezzo milione era considerato quasi un flop, gli spettacoli live godono di ottima salute.Consacrato dalla rivista americana Billboard, il 2013 è stato l'anno migliore di sempre per la musica dal vivo. E l'Italia? Non è da meno, come conferma Roberto De Luca, amministratore delegato di Live Nation, una delle più grandi società internazionali di promozione di musica dal vivo, che ogni anno organizza ventimila concerti e vende quaranta milioni di biglietti in tutto il mondo. «L'anno scorso abbiamo registrato un aumento degli incassi del 30%, per un totale di due milioni di biglietti venduti. E la tendenza è la stessa anche per le altre case di promozione: anche secondo i dati di Assomusica, l'aumento è di circa il 30 per cento. Nel 2013 abbiamo organizzato settecento concerti, quasi due al giorno: non possiamo che essere soddisfatti del nostro lavoro, considerate anche le difficoltà del mercato discografico internazionale».Si taglia su tutto, ma non sulla musica live?«Il concerto è un'esperienza unica e irripetibile. Con un album si possono conoscere i successi di un'artista, ma solo ascoltandolo mentre si esibisce su un palco mi racconta la sua storia. Con la contrazione dei consumi, si viaggia meno, si deve rinunciare a cambiare la macchina o la lavatrice, ma il biglietto di un concerto non è una spesa proibitiva: la media è di quaranta, quarantaquattro euro. Certo bisogna tener anche conto di quale artista scegliamo: vedere Vincio Capossela dal vivo non costerà mai quanto un'esibizione di Madonna».Un'esperienza piacevole alla portata di tutti, magari per consolarsi delle vacanze al mare saltate?«Non solo. Credo che ci sia anche molta voglia di divertirsi. La crisi c'è, e si sente. C'è sofferenza, e quindi più bisogno di distrarsi. Meglio vedere il Cirque du Soleil o restare a casa a guardare uno di quei deprimenti programmi di approfondimento serale? Nell'era del digitale, dove sembra che tutto debba per forza passare dallo schermo di un pc, uscire con gli amici, trovarsi in un grande prato

insieme a migliaia di persone come te, oltre a essere divertente è anche rilassante».Tra gli artisti nella scuderia di Live Nation, ci sono i grandi nomi della musica nazionale e internazionale: Vasco Rossi, che ha registrato il tutto esaurito in sette concerti su sette, Bon Jovi, One Direction, Depeche Mode e Robbie Williams. Non c'è il rischio che la corsa ai grandi nomi possa penalizzare gli artisti emergenti?«Se le cose vanno bene per i grandi, allora possono andare bene per tutti. La prima conseguenza è che aumentano i posti di lavoro, dal facchino al direttore d'orchestra. Anche chi si affaccia a questo mondo può avere delle possibilità in più. Consiglio a chi ha delle belle idee, di tirarle fuori. Il web farà anche vendere meno dischi, ma offre ottime possibilità di avere visibilità: questo è il momento giusto per investire sul futuro»..

© La Stampa - http://www.lastampa.it