



Ufficio Stampa

Tel. 02 2040472

## Attuovolume

# «Bands» cerca il futuro del rock italiano

ANTONIO LODETTI

**D**ov'è il futuro del rock italiano? Nelle mani dei giovani, inutile dirlo. Quei giovani che battono strade alternative sognando almeno un minuto di celebrità. Una buona occasione per alcuni di loro viene dall'album *Bands: a new adventure in rock*, banco di prova per sei nuovi agguerriti gruppi. L'idea è venuta a un'eminenza grigia del rock come Guido Elmi, storico produttore di Vasco Rossi, che per una volta cambia casacca, fonda la casa discografica Nopop e lancia la sua nuova sfida. «Credo ancora nel rock e nell'entusiasmo dei ragazzi - dice Elmi -; è per me anche un modo per uscire dalla sala d'incisione e vivere la musica dal di dentro. L'idea è quel-

la di creare un movimento». Il cd è appena uscito e comincia già a muovere le acque del nostro rock. Per sostenerlo oggi ci sarà un concerto all'Auditorium Parco della Musica di Roma e presto le band si esibiranno a Milano. «Non posso occuparmi di tutto - dice Elmi - ma se qualche promoter è interessato sarebbe bello organizzare un tour, questi ragazzi vengono da tutta Italia e nei loro luoghi d'origine sono piccole celebrità». C'è il peculiare folk rock degli Esterina (*Vivo nel recupero*), i miscugli elettrorock sperimentali dei Terzobinario (l'apocalittica *S.O.S.* che inizia con

le parole «resteranno solamente i vermi») a confronto con quelli dei K'io (*Il doppio di me*), i suoni acustici ma energici degli Spaccailsenzio (*Leggendo di Lou Reed e Napoli 16 maggio 2004*), il rock dai bordi duri e venati di psichedelia dei Zero Estensioni Neuronal e quello più raffinato - che richiama i Sonic Youth - dei Riaffiora (*Alla fine*). Fanno da contorno gli inglesi Amplifier, già noti nel giro del rock progressive. Ma come sono stati scelti questi eletti? «Abbiamo co-

minciato ad ascoltare nuove band al Meeting delle Etichette Indipendenti di due anni fa a Faenza. Da allora sono arrivati centinaia di nastri, li abbiamo ascoltati e abbiamo risposto a tutti. Alcuni gruppi erano bravi ma avevano idee diverse dalle nostre; volevano pubblicare subito un intero cd. Abbiamo portato in sala di incisione quelli che ritenevamo i migliori e quelli che condividevano il nostro progetto, che è soprattutto un progetto fatto in buona fede. Quello che si ascolta nel cd è il sound dei ragazzi come loro lo volevano. Io non ho messo mano agli arrangiamenti,

solo al messaggio finale. Può piacere o no, ma vuol far conoscere nuove realtà musicali». Il nome dell'etichetta, Nopop, è un po' provocatorio. «L'idea era quella di andare contro il pop patinato, di creare un suono anarcoide, diverso. Si potrebbe definire modern rock, naturalmente c'è anche del pop, ma con suoni particolari e soprattutto con testi anticonformisti e non allineati. Anche canzoni d'amore come *ragile* dei Riaffiora hanno uno spirito non comune. Insomma noi lanciamo la sfida; potrebbe essere utile anche ai colossi della discografia ascoltare gruppi che si fanno le ossa per poi catturarli al momento giusto, come impone la legge del mercato».

CLIENTE: NOPOP

Testata: IL GIORNALE

Data: 28 GENNAIO 2007

Rassegna Stampa