

MUSICA L'ha creata Guido Elmi, produttore di Vasco Rossi. L'esordio con una selezione di nuove band italiane e un gruppo inglese Nopop, un'etichetta discografica sfida le multinazionali del disco

di Federico Fiume

Il nome di Guido Elmi si associa d'istinto, per chi conosce l'ambiente musicale, a quello di Vasco Rossi per il lungo rapporto di collaborazione che li lega sin dagli esordi del Blasco. Ma al suo lavoro di produttore si aggiunge ora quello di titolare di un'etichetta discografica, la Nopop. In cerca di novità stimolanti nel rock italiano meno scontato, di talenti veri e di musica che sappia ancora emozionare, Elmi si è imbarcato in un'impresa che in tempi di crisi discografica sembra quantomeno azzardata. Perché? «È un azzardo lo so. Però ho un'instinguibile passione per la musica e per carattere amo le sfide. Così ho deciso di dare un po' di organizzazione alla mia vita musicale fuori dalla sala d'incisione e andare a scoprire cosa succede in giro. Cercare di fare qualcosa di nuovo e significativo per me è un istinto innato,

per questo poi mi vado a cercare delle rogne». L'esordio della nuova label si intitola *Bands - A New Adventure in Rock* e vede protagonisti sei gruppi italiani (Terzobinario, Esterina, K'io, Spacacailenziò, Riaffiora, Zero estensioni neuronali) e uno inglese, gli Amplifier, inserito anche come termine di confronto con la scena inglese.

«I discografici italiani hanno le mani legate e non rischiano: tutte le major sono straniere e vogliono guadagnare E va ridotta l'iva sui cd»

Con una selezione partita al Meeting delle etichette indipendenti (il Mei) del 2005, con la raccolta di oltre 300 demo e giunta fino a qui di scrematura in scrematura, la qualità musicale è più che buona e il biglietto da visita convincente. Il problema semmai è lo stato generale del mercato discografico: «Il vero problema - nota Elmi - è che le major sono tutte straniere. I discografici italiani spesso hanno le mani legate perché devono render conto a un capitale americano o inglese che dall'Italia vuole solo consumo e utili. Così non si investe più su cose nuove e lo scouting viene lasciato alle etichette indipendenti; si rischia qualcosa solo con band che danno un minimo di garanzia, già emerse». Siamo insomma, terra di conquista? «Certo, anche perché da noi non c'è alcun filtro né protezione del prodotto italiano musicale, al contrario di quanto accade all'estero, come ad esempio in Francia dove ci sono

percentuali minime obbligate di musica nazionale in ogni tipo di trasmissione radio e tv». Poi quel che non va, dice, è l'Iva sulla musica: «Ci sono libri di gente che non sa nemmeno cos'è la letteratura, di personaggi televisivi che si svegliano la mattina e fanno un libro e l'Iva è al 4%. De André, De Gregori, Vasco Rossi, che credo un discorsolo lo facciamo, hanno l'Iva al 20%. Che vuol dire? Che cultura è solo ciò che è scritto su carta, anche se è una minchiata? La musica tutti l'ascoltano, tutti ne hanno bisogno, eppure è ancora trattata come la sorella minore. Si finanzia ancora la musica dell'800, che è importante, io stesso sono un appassionato, ma ci sono anche le cose di oggi!». Elmi lancia la sua sfida: «Ce la metterò tutta perché la Nopop divenga una vera casa discografica indipendente. L'ambizione è grande, anche se bisogna scontrarsi con la realtà, ma non mollo di certo al primo colpo, né al secondo, né al terzo».