

## L'intervista

### Guido Elmi: da Vasco alle "Bands" della Nopop



Guido Elmi con Red Ronnie ed alcuni artisti Nopop

Punto e a capo. Guido Elmi, l'uomo che ha aiutato in modo fondamentale Vasco Rossi a diventare il Blasco nazionale, decide di rimettersi in gioco con un'etichetta discografica nuova di zecca. Si chiama **Nopop** e ha nel nome una filosofia: produrre soprattutto gruppi, band dall'approccio rock alternativo alla solita canzoncella d'amore sanremese. Questo significa anche una particolare attenzione a temi e testi, non solo ai suoni. Primo prodotto della Nopop è il disco *Bands*, una vetrina con tutte le prime produzioni firmate da Elmi insieme al direttore artistico Danilo Tomasetta e al produttore Nicola Venieri. Il disco è nei negozi **dal 19 gennaio**, è lo stesso Guido Elmi a presentare questo suo nuovo progetto.

**Guido, Nopop è un progetto ambizioso che nasce in un momento di crisi della discografia. Perché questa scommessa?**

"Perché sono fortemente convinto che siamo vicini ad un punto di svolta. Certi tipi di musica, un certo approccio alla produzione, hanno fatto il loro tempo. Resta la forza delle idee, e in giro ce ne sono di ottime, basta accorgersene. Noi siamo interessati a dar voce a musicisti che vogliono raccontare la loro generazione, il disagio giovanile, che non si vergognano di guardarsi dentro e tirare fuori anche il lato oscuro. Di canzoncine d'amore tutte uguali, da tre minuti e mezzo, ce ne sono in giro anche troppe".

**Questo significa che non vedremo mai un artista Nopop a Sanremo?**

"Al momento pensiamo solo a promuovere i nostri giovani artisti e a dedicare loro la massima attenzione. Poi chissà, non vedrei male alcune delle nostre *Bands*, come Spaccailsenzio o Terzobinario, sul palco dell'Ariston. Anche a Sanremo, talvolta, arriva qualcosa di diverso. Ad esempio, quest'anno aspetto di ascoltare la canzone che presenterà Daniele Silvestri".

**Da Vasco alla Nopop il suo approccio alla produzione musicale è cambiato? Come giudica la decisione del rocker di Zocca di distribuire il suo nuovo singolo solo sul Web?**

"Il mio approccio è sempre lo stesso: idee e personalità vengono premiate. Quanto alla scelta di Vasco, non posso che essere d'accordo. Torniamo al discorso che facevo prima su un cambiamento epocale che stiamo per vivere. Il Web è democrazia, anche in musica. Penso ai giovani che si fanno notare grazie a *Myspace* e *Youtube* e poi arrivano al contratto discografico. La musica girerà sempre più grazie al download digitale, al momento da noi vanno forte i file per cellulare, all'estero privilegiano il download per l'IPod. Se si riuscissero ad equilibrare le due cose, ecco pronto il nuovo canale di distribuzione musicale, il nuovo business".

**Altro problema è la scarsa lungimiranza dei responsabili delle etichette discografiche italiane. Come mai non riusciamo a imparare come scoprire e valorizzare nuovi talenti, come fanno in Inghilterra o negli Usa?**

"Il problema non è degli uomini ma del sistema delle multinazionali, che sono tutte estere. Quando dalla casa madre ti impongono il lancio italiano di un loro artista, la tua libertà d'azione è prossima allo zero. Sei considerato terra di conquista, di colonizzazione musicale, ti viene chiesto di fare fatturato e stop. Alla caccia dei nuovi talenti italiani. Ecco perché c'è bisogno di entità discografiche diverse, come siamo noi, ma penso anche alla *Sugar* di Caterina Caselli".

**Molti produttori e artisti si lamentano anche delle radio, che passano sempre la solita musica oppure fanno intrattenimento a forza di chiacchiere, invece di dar spazio a novità o a brani che hanno fatto la storia della musica. E' d'accordo con questa critica?**

"Non posso che condividere, è un grande problema ma in fondo capisco da cosa si origina. I grandi network radiofonici vivono di pubblicità, per gli investimenti pubblicitari hanno bisogno di tenere la gente incollata ad ascoltare motivetti pop di facile presa. E' anche per questo che le radio sono state sopravanzate da Mtv. Ed è per questo che diventeranno sempre più importanti gli spazi di promozione alternativa, dalle etichette come la Nopop ad Internet, fino alle numerose piccole radio disposte a darti una mano. L'ho detto e lo confermo: siamo prossimi ad un grande cambiamento, chi non si mette in gioco adesso potrà solo sparire in fretta".

*Cristiano Sanna*