

Politecnico di Torino

Corso di Laurea Magistrale in Design Sistemico A.a. 2023/2024 Sessione di Laurea Febbraio 2024

Torino Music Net

Un progetto per valorizzare il patrimonio musicale emergente torinese e metterlo in relazione con il territorio

Relatori Candidata

Prof. Luca Davico Chiara Melzi Prof. Chiara Remondino

Abstract

La connessione tra la musica e le città è un tema molto importante e complesso che ha un impatto profondo sulla cultura, sull'identità urbana e sull'esperienza delle persone nella vita quotidiana. Infatti la musica diventa un veicolo di espressione culturale, un potente attrattore e catalizzatore turistico, ma anche un modo per migliorare la qualità della vita nelle città.

Torino ha un importante background musicale, è considerata la patria italiana del jazz e ha dato i natali ad alcuni dei cantanti e musicisti italiani più famosi nel mondo, tra cui Umberto Tozzi, Rita Pavone, Gabry Ponte, Gigi d'Agostino e molti altri e ha ospitato numerosi concerti in diversi luoghi del territorio; è una città con tanto fermento, dove si respira un'atmosfera più romantica e creativa per quanto riguarda la musica, meno legata ai numeri rispetto a grandi realtà come Milano. Eppure, ad oggi, Torino non rientra tra le città italiane più riconosciute dal punto di vista musicale, non riuscendo ad esprimere tutte le sue potenzialità: rimane troppo autoreferenziale e in disparte rispetto al panorama nazionale, ancora di più rispetto alla dinamicità che caratterizza città estere come Berlino, Londra e Glasgow, solo per citarne alcune.

Inoltre, il capoluogo sabaudo presenta un grande movimento di artisti e band emergenti, ma le burocrazie e le difficoltà del settore rallentano o impediscono ai talenti di emergere.

Come si può quindi valorizzare il patrimonio musicale emergente di Torino, dimostrando allo stesso tempo il potenziale artistico, attivo e dinamico della città?

Torino Music Net è un servizio che vuole mettere in relazione i musicisti di strada ed emergenti torinesi con il tessuto urbano della città, segnalando e proponendo tutti quei luoghi dove hanno la possibilità di esibirsi e di mettersi in gioco: dalle strade alle piazze, dai parchi ai mercati, fino ad arrivare a bar, ristoranti, negozi, live club e ovunque possa arrivare la musica live. L'obiettivo, da un lato, è quindi quello di sistematizzare sul territorio tutti gli spazi disponibili per fare musica e, dall'altro, creare una vetrina della scena musicale emergente torinese, promuovendo l'incontro con organizzatori di eventi, direttori artistici e ristoratori attraverso la piattaforma web, ma anche con i cittadini tramite la pagina Instagram. Un progetto che vuole quindi aiutare i nuovi musicisti ad emergere sul territorio, ma che vuole anche contribuire a rendere Torino più attrattiva da un punto di vista culturale e sociale.

Indice

uzione		
L'universo musicale	8	
1.1 Classificazioni e articolazioni del sistema musica 1.2 Il legame tra la musica e le città 1.3 Cosa rende una città "musicale"?	10 20 22	
La musica live nel mondo	24	
2.1 Le Organizzazioni della musica 2.2 Le città musicali nel mondo 2.3 L'Eurovision Song Contest	26 30 42	
La musica live in Italia	46	
 3.1 L'Italia, culla della cultura e della musica 3.2 Le città musicali italiane 3.3 Il consumo di musica in Italia 3.4 Il settore dello spettacolo dal vivo 3.4.1 I lavoratori invisibili dell spettacolo 3.4.2 La ripresa dei concerti 3.5 I festival musicali in Italia 3.6 Lo spazio pubblico 	48 52 68 72 74 81 106 118	
La musica live a Torino	122	
 4.1 Un secolo di concerti a Torino 4.2 I luoghi musicali di oggi	124 146 170 174 184 190 192 195 196	

5	Analisi dello scenario	204
	5.1 Analisi SWOT 5.2 Linee guida e concept 5.3 Casi studio 5.4 User Personas	206 220 224 242
6	Torino Music Net	246
	 6.1 Torino Music Net: il servizio 6.1.1 Brand 6.1.2 Il sistema Torino Music Net 6.2 User Journey 6.3 Strategia di lancio 6.4 Piattaforma web 6.4.1 Sitemap 6.4.2 User Experience 6.4.3 Visual identity 6.4.4 User Interface 6.5 Pagina Instagram 	248 250 252 258 268 280 282 284 292 294 306
Con	clusioni	311
Inter	rviste	312
Rifer	rimenti	372
Ring	raziamenti	379

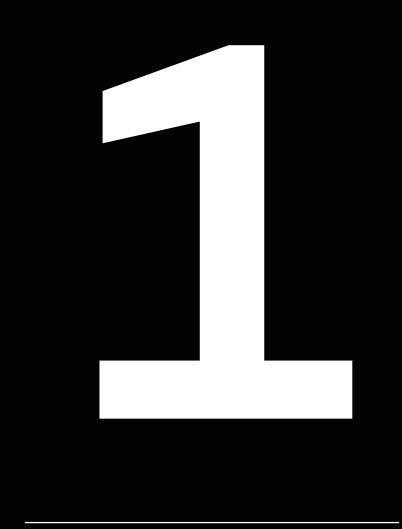
Introduzione

Il progetto di tesi ha come tema quello di analizzare e mappare il panorama della musica dal vivo nella Città di Torino. Data la vastità e la complessità dell'universo musicale e del suo accostamento all'ambiente urbano, in questo volume si sono volute indagare a fondo tutte le sue sfaccettature, per poi progettare un servizio studiato appositamente per il capoluogo piemontese.

La fase di ricerca è stata fondamentale per studiare e raccogliere tutte le informazioni relative all'articolazione del sistema-musica (Capitolo 1), ai suoi campi applicativi e al settore dello spettacolo dal vivo nel mondo (Capitolo 2), in Italia (Capitolo 3) fino ad arrivare a Torino (Capitolo 4). Parallelamente alla *desk research*, sono state svolte tredici interviste a diverse figure legate alla scena musicale torinese (direttori artistici, gestori di live club o hub culturali, cantanti emergenti e operatori culturali), che sono state molto utili per comprendere a pieno il posizionamento della Città di Torino rispetto al settore della musica dal vivo, paragonandola anche ad altre città italiane ed estere.

Questa grande ricerca e le interviste hanno permesso di passare alla fase di analisi (Capitolo 5), nella quale è stata svolta l'analisi SWOT per individuare tutti i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce che Torino presenta nell'ambito della musica dal vivo, in modo tale da individuare le linee guida progettuali più idonee per la realizzazione del progetto di tesi. Successivamente, è stato sviluppato un concept e sono stati raccolti quattordici casi studio locali, nazionali e internazionali, fino ad arrivare alla creazione di quattro profili di User Personas.

Le fasi di ricerca e di analisi hanno infine portato alla nascita del progetto Torino Music Net, declinato in tutte le sue sfaccettature: dal racconto del servizio (Capitolo 6.1) alla creazione delle User Journey (Capitolo 6.2), dall'ideazione della strategia di lancio del progetto (Capitolo 6.3) fino ad arrivare alla sua realizzazione tramite la sua piattaforma web (Capitolo 6.4) e la sua pagina Instagram (Capitolo 6.5).



L'universo musicale

1.1

Classificazioni e articolazioni del sistema musica

La musica è un **linguaggio universale**, è un mondo variegato e in **continua evoluzione** che abbraccia una vasta gamma di **generi**, **stili** e **ibridazioni**. Per comprendere appieno la complessità del sistema musicale, è fondamentale esaminare ed esplorare le principali classificazioni e articolazioni, che gli studiosi e gli appassionati di musica hanno sviluppato nel corso degli anni.

Generi musicali

I generi musicali sono categorie che raggruppano brani o opere musicali simili in termini di stile, forma, contenuto e storia. Ne esistono tantissimi: uno studio condotto da Glenn McDonald con l'aiuto di Spotify e degli algoritmi utilizzati dalla società The Echo Nest, ha portato alla scoperta di circa 1264 generi musicali esistenti al mondo¹; il risultato di questa ricerca è Every Noise At Once², una mappa interattiva di tutti i generi consultabile da chiunque, dove è possibile anche cliccare su ciascun genere e capire come "suona".

Alcuni di questi sono più diffusi, mentre altri sono ascoltati solo in determinati paesi o zone.

Elencarli tutti è impossibile ma, unendo le statistiche di questa mappa, attualmente la più completa in assoluto, insieme ad altre ricerche online³, si riesce a stilare una lista dei generi più ascoltati negli ultimi anni nel mondo, in ordine decrescente:

Pop

Risulta essere il genere musicale più ascoltato al mondo. Nata negli anni '60 in Inghilterra, la musica pop deve il suo nome all'aggettivo inglese "popular", ovvero "popolare". Si tratta di un genere che può essere definito come allegro e conviviale, in cui i brani sono pensati per essere commerciali e orecchiabili, per essere ballati e per trasmettere buon umore, i testi parlano spesso d'amore ed è facile riconoscersi in essi. Il pop è un'unione di ritmi musicali diversi, infatti è un mix di rock e folk, ma trae le sue influenze anche dal rhythm and blues, dal jazz, dal soul, dalla techno e dalla musica latina. Il pop si è diffuso nel corso del XX secolo anche grazie allo sviluppo delle nuove tecnologie ed è molto legato alla cultura di massa. I primi video

musicali sono stati girati e trasmessi in televisione negli anni '80 dall'emittente televisiva italiana Videomusic⁴, il che ha notevolmente contribuito alla popolarità della musica pop e dei suoi artisti; tra i primi videoclip trasmessi si ricordano "Club Tropicana" degli Wham! e "Radio Ga Ga" dei Queen.

Tra i cantanti pop più ascoltati nel 2022, secondo la classifica Spotify Wrapped 2022⁵, troviamo al primo posto **Taylor Swift**, seguita dalla band k-pop dei BTS, Ed Sheeran, Harry Styles e Justin Bieber. Invece, tra gli artisti pop italiani più ascoltati al mondo figura al primo posto **Laura Pausini**, seguita da Tiziano Ferro, Eros Ramazzotti, Marco Mengoni ed Elisa⁶.



Figura 1 Taylor Swift è la pop star donna più ascoltata nel mondo



Figura 2 Laura Pausini co-conduttrice dell'Eurovision Song Contest 2022



Figura 3 Il logo della storica Videomusic

⁴ Videomusic è stata un'emittente televisiva privata italiana nata nel 1984: fu una delle primissime emittenti europee tematiche a basare il proprio palinsesto su trasmissioni a carattere musicale, da videoclip a interi programmi.

Rock

È senza dubbio il genere musicale che unisce tutte le generazioni. Nato negli anni '40 negli Stati Uniti, è stato il simbolo di una vera e propria rivoluzione culturale, raggiungendo il suo apice negli anni '60 con artisti del calibro dei Rolling Stones, dei Beatles, dei Doors, dei Beach Boys e molti altri. Il rock è direttamente ispirato al blues, al jazz e al country ed è caratterizzato da chitarre elettriche e batterie. I fan lo considerano persino come uno stato d'animo e un vero e proprio stile di vita, infatti molti artisti rock sono diventati icone per la loro generazione. Il re e la regina del rock italiano sono considerati Vasco Rossi e Gianna Nannini, ma si ricordano tanti altri artisti come Ligabue, i Litfiba, i Subsonica, i Negramaro e i recentissimi Maneskin⁷.



Figura 4 I Rolling Stones nel documentario "My life as a Rolling Stone" 2022



Figura 5 Vasco Rossi e il tour negli stadi 2023



Figura 6 Piero Pelù, co-fondatore dell'ex rock band Litfiba

• Elettronica

È apparsa per la prima volta in Francia negli anni '70, destinata a rivoluzionare anche gli altri generi musicali. Si tratta di una combinazione di varie ispirazioni ritmiche e melodiche, reinterpretate grazie alle strumentazioni elettroniche e all'innovazione tecnologica. La musica elettronica è ormai entrata con decisione nello scenario musicale, anche grazie all'evoluzione postpandemica dei festival, dei club e delle discoteche. Ha fatto breccia nel cuore di molti soprattutto per il suo carattere democratico, per cui è possibile divertirsi a un di-set senza necessariamente avere una cultura musicale. Ne è una prova l'esplosione di eventi sui palchi di tutta Italia: dal C2C e il Kappa Futurfestival di Torino al Decibel Open Air a Firenze, passando per il VIVA! a Locorotondo, il Nameless Festival ad Annone di Brianza e altri ancora. Tra i maggiori di di musica elettronica si ricordano senza dubbio Martin Garrix, Tiesto, Afrojack⁸.

• Hip hop/Rap/Trap

Si tratta molto di più di un semplice genere musicale, infatti l'hip hop è stato innanzitutto un movimento artistico e culturale nato negli anni '70 negli Stati Uniti in quartieri newyorkesi come Brooklyn e il Bronx, guidato da afroamericani e immigrati da diversi Paesi latini. I rapper, provenienti spesso da contesti sociali disagiati, esibiscono un'immagine particolarmente virilizzata, ribelle e aggressiva; infatti, si mostrano con un abbigliamento e un atteggiamento simile ai gangster degli anni '20 e con un'ostentazione della ricchezza ottenuta attraverso la musica, sfoggiando gioielli e beni di lusso sia per le strade, che nei loro concerti e video musicali. La trap, invece, prende il nome dalle trap house: edifici abbandonati di Atlanta in cui i tossicodipendenti, negli anni '90, andavano a comprare le sostanze stupefacenti. Questi erano luoghi di perdizione, segnati dal degrado, che però hanno contribuito a influenzare l'immaginario di molti giovanissimi degli anni Duemila. Iniziava l'epoca dei Millennials, ragazzi che amavano il rap, ma che hanno deciso di rompere con quella tradizione, pur essendone figli, e che hanno quindi inventato un nuovo genere musicale, la Trap. Questa non nasce tra le mura delle trap house di Atlanta, ma da esse riprende i

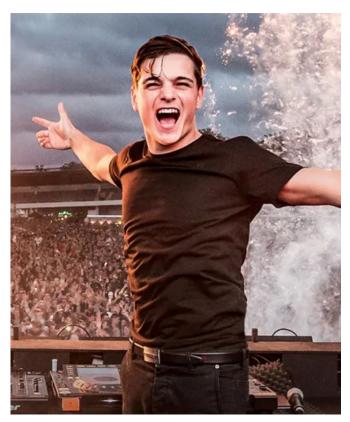


Figura 7 Martin Garrix, il dj olandese numero uno della consolle

suoi temi, osanna la droga e una vita fatta di agi e ricchezze. Rap e Trap sono accomunati dalla voglia di riscatto sociale e personale, manifestati attraverso ritmi semplici ma potenti e parole cariche di rabbia e sofferenza9. Negli ultimi 25 anni, il rap, l'hip hop e la trap sono diventati i generi di riferimento nel mondo giovanile, anche in Italia: la classifica di Spotify Wrapped 2022 mostra che soprattutto la trap è diventato il genere contemporaneo più ascoltato, grazie in particolare al trapper Sfera Ebbasta, seguito da Lazza, Thasup, BLANCO e tanti altri. Anche il rap italiano ha avuto un importante sviluppo, con cantanti come Fabri Fibra, Fedez e J-Ax che hanno ottenuto un enorme successo. Tra gli artisti stranieri troviamo invece Drake, Kanye West ed Eminem tra i più ascoltati10.



Figura 8 Sfera Ebbasta, uno degli artisti italiani più ascoltati nel mondo



Figura 9 Kanye West, tra i principali rapper americani

• Rhythm and blues (R&B)

Letteralmente il suo significato è "ritmo e blues", nel concreto si tratta di una versione politically correct di un termine molto usato negli anni Cinquanta, "race music", con cui si indicavano in maniera generica i pezzi di musica di artisti afroamericani. Agli inizi con questo termine venivano indicate le canzoni più ritmate di genere blues e il successo di questi brani carichi di energia e ritmo fu tale che ben presto se ne interessarono anche alcuni artisti bianchi. Negli anni successivi il genere incontrò altre espressioni musicali, come il soul e l'hip hop, diventando di fatto l'R&B moderno che oggi conosciamo¹¹. Secondo Billboard, gli artisti R&B di maggior successo sono The Weekend, che risulta anche tra gli artisti più ascoltati nel 202212 nella classifica di Spotify Wrapped, poi Usher, Beyoncé, Alicia Keys, Mariah Carey, Rihanna, Chris Brown e Ne-Yo¹³.



Figura 10 The Weekend al Coachella 2022

Classica

È generalmente intesa come la madre di tutti i generi musicali, quella che più di ogni altra racchiude in sé l'idea dell'armonia e della perfezione, è un genere senza tempo che anche a distanza di secoli continua a suscitare ammirazione. Col termine musica classica ci si riferisce alla musica colta, sacra e profana, che abbraccia approssimativamente un arco di tempo che comincia dall'XI secolo e si estende fino al XX secolo o, a seconda delle convenzioni, fino all'età contemporanea¹⁴, dunque il suo repertorio è davvero ampio. Grandi compositori come Antonio Vivaldi o Joan Sebastian Bach hanno segnato il periodo barocco, Mozart e Beethoven sono rappresentanti del classicismo, mentre ancora Frédéric Chopin e Johannes Brahms sono associati allo stile romantico.



Figura 11 Le Grandi Orchestre Sinfoniche di musica classica



Figura 12 Il celebre Louis Armstrong

Jazz/blues

Il jazz è un grande classico tra gli stili musicali senza tempo, che alla fine del XIX secolo prende piede nella scena degli Stati Uniti, soprattutto in città come New Orleans. È una musica accattivante ed eclettica, caratterizzata dall'utilizzo di strumenti come la tromba, il sassofono ed il contrabbasso, ma anche il pianoforte, al fine di ottenere un suono che possa essere sia sorprendente e gioioso sia malinconico. Sono iconiche ed eterne le figure di grandi artisti come Louis Armstrong o Tito Puentes. Il blues è strettamente legato al jazz, tanto che alcuni lo considerano il suo predecessore, ma affonda le sue radici nella musica africana portata negli Stati Uniti dagli schiavi. Queste canzoni tristi e malinconiche, mescolate con altri ritmi americani e occidentali, hanno reso il blues un genere musicale che ha avuto e continua ad avere oggi una grande influenza sulla musica contemporanea. Si sono distinti personaggi come B.B. King ed Eric Clapton.

Soul

"Anima" in inglese, è un genere musicale che ha avuto un'influenza significativa sulle tendenze musicali successive. Nasce negli anni '50 ed è caratterizzato da melodie con un ritmo lento e testi pieni di sentimento e nostalgia. Si tratta di una fusione delle sonorità del jazz e del gospel con i modi della canzone pop. Tra gli artisti soul italiani troviamo Zucchero, Mario Biondi, Noemi, Giorgia e altri.

Country

È un genere classico della musica popolare degli Stati Uniti che ha ancora tanti ascoltatori in tutto il mondo e, come il rock, è un vero stile di vita. L'estetica "cowboy" e la semplicità delle canzoni orecchiabili, con una chitarra accompagnata da strumenti come il violino, il mandolino o il banjo, sono una parte intrinseca della tradizione americana. Tra i maggiori cantanti country si ricordano Johnny Cash, Jimmie Rodgers, Dolly Parton e altri.

Come detto, quelli sopra citati sono i generi più ascoltati, ma ce ne sono molti altri importanti che meritano una menzione:

Reggaeton

Negli anni '90, un nuovo tipo di musica è emerso con forza e si è diffuso da Porto Rico a tutto il mondo. Il suo orecchiabile ritmo è una fusione di varie melodie che spaziano dal reggae alla musica tradizionale latinoamericana, con influenze della musica urbana. La popolarità del reggaeton è cresciuta costantemente negli ultimi decenni, diventando uno dei generi musicali più popolari oggi, cantato e ballato anche nelle discoteche dai giovani. Tra gli artisti reggaeton più in voga a livello mondiale ci sono J Balvin, Maluma, Rosalìa, Ozuna e Anitta, la quale ha duettato spesso con Fred De Palma, ex rapper torinese che negli ultimi anni ha deciso di voler conquistare il titolo di esponente del reggaeton italiano nel nostro paese¹⁵.



Figura 13 Mario Biondi e la sua voce calda da blues



Figura 14 Dolly Parton alla partita dei Dallas Cowboys



Figura 15 J Balvin e Maluma cantano insieme in un loro videoclip



Figura 16 Calcutta, tra i maggiori artisti indie italiani



Figura 17 La storica band dei Metallica ancora attiva



Figura 18 Il padre del reggae Bob Marley

Indie

È un genere musicale nato negli anni '80 e diffusosi soprattutto in Regno Unito e negli Stati Uniti. Il termine "indie", tradotto alla lettera, si riferisce ad un genere di musica indipendente, ovvero tutto quel mondo underground autoprodotto o prodotto da etichette di relativa importanza, non legate alle major. Ovviamente, una definizione così generica racchiude al suo interno artisti di varia natura e provenienti da generi musicali anche opposti tra loro, ma ci sono delle caratteristiche comuni: il fatto di avere arrangiamenti semplici e testi ispirati ad esperienze quotidiane e dirette, facendo venir meno anche certi tabù e con un linguaggio che attinge dallo slang cittadino. L'indie italiano è esploso solamente negli anni Duemila con artisti come Brunori Sas, i The Giornalisti, Lo Stato Sociale, i Pinguini Tattici Nucleari, Calcutta, Coez, Gazzelle e molti altri¹⁶.

Metal

Il metal e la sua espressione più estrema, l'heavy metal, sono un'evoluzione della musica rock che ha raggiunto il suo apice negli anni '80, soprattutto nei Paesi occidentali. Si tratta di una musica potente, con una forte presenza strumentale, caratterizzata da chitarre elettriche predominanti e voci intense, che spaziano da acuti forti a bassi profondi. Tra i gruppi più importanti si ricordano gli Iron Maiden o i Metallica.

Reggae

Gli accordi del reggae sono facilmente riconoscibili per la loro semplicità e perché vengono ripetuti in continuazione, dando a qualsiasi melodia una cadenza costante. È un genere musicale **originario della Giamaica con importanti radici africane**, influenzato anche dalla cultura rastafariana. È diventato popolare nel mondo grazie al leggendario artista **Bob Marley**.



Figura 19 I costumi tradizionali del flamenco

Flamenco

È il genere musicale spagnolo più popolare, infatti fa parte della musica tradizionale spagnola. Le sue radici affondano in un passato secolare e possono essere principalmente tracciate nella regione dell'Andalusia, come risultato della fusione tra culture musulmane, castigliane ed ebraiche. Il flamenco, che è anche strettamente legato alla cultura gitana, è caratterizzato dalla chitarra spagnola e dalle voci dei "cantaores", che trasmettono una musica piena di emozioni e sentimenti.

Salsa

Questa musica è legata alla **cultura cubana**, in particolare è un mix tra il "son" cubano e altre melodie caraibiche e latinoamericane. Le sue melodie orecchiabili invitano a ballare e per questo è uno dei generi latini più popolari al mondo.

• Ranchera

È il **genere musicale popolare** più diffuso in **Messico**. Le prime melodie di questo genere risalgono al XIX secolo, con un periodo di massimo splendore nel XX secolo. Le rancheras sono l'espressione del popolo messicano e i loro testi, cantati dai mariachi, trattano di amori impossibili e tradimenti.

Bossa Nova

Scorrevole e orecchiabile, fa parte della **tradizione musicale brasiliana**. La sua armoniosa melodia è il risultato di una sottile mescolanza di ritmi samba e jazz.

Funk

Dalla fusione di diversi generi musicali, come il jazz, il soul e i ritmi latini, insieme ad alcuni elementi rock, il funk emerse con forza **negli** Stati Uniti alla fine degli anni '60, evolvendosi velocemente incorporando caratteristiche tipiche della musica elettronica. È considerato il "seme" da cui poi si è sviluppata la disco music.

Sottogeneri e ibridazioni

I sottogeneri, o stili musicali, rappresentano le caratteristiche stilistiche uniche all'interno di un genere specifico, ovvero definiscono ulteriormente le peculiarità sonore e compositive di una particolare musica. I sottogeneri sono anche frutto di ibridazioni, ovvero un fenomeno in cui i confini tra generi, stili e culture si sfumano, portando ad un'ampia gamma di crossover musicali. Ad esempio, all'interno del rock troviamo un panorama vastissimo: Rock alternativo, Art rock, Musica beat, Britpop, Emo, Experimental rock, Garage rock, Glam rock, Grunge, Hard rock, Heartland rock, Heavy metal, Instrumental rock, Indie rock, Jangle pop, Jazz rock, Krautrock, Madchester, Piano rock, Pop barocco, Pop rock, Power pop, Rock progressivo, Proto-punk, Psichedelia, Punk rock, Rap rock, Rock elettronico, Soft rock, Southern rock, Stoner rock, Surf e Symphonic rock¹⁷.

Come si è visto, l'universo musicale è molto complesso e articolato, motivo per il quale è ancora più difficile trovare un modo per rappresentare da un punto di vista grafico tutti i legami tra generi e sottogeneri.

Tuttavia qualcosa nel tempo è stato fatto: 7 anni di ricerca su oltre 200 fonti hanno infatti dato vita a Musicmap¹⁸, un ambizioso progetto che si è posto l'obiettivo di creare una mappa genealogica dei generi musicali, descrivendone 150 anni di storia e relazioni nel modo più completo e comprensibile possibile¹⁹.

Come si può notare nella *Figura 20*, lo schema è veramente complesso e non è comprensibile attraverso un'immagine statica, motivo per cui è stato inserito qui sotto un qr code grazie al quale è possibile consultare e navigare all'interno della mappa di Musicmap.



Scannerizza il qr code per visualizzare la mappa genealogica interattiva dei generi musicali

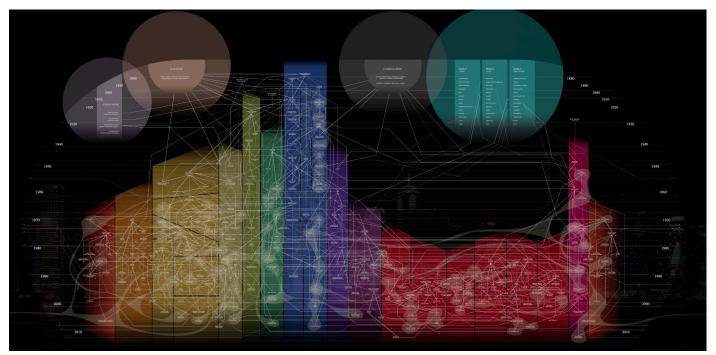


Figura 20 La mappa genealogica dei generi musicali, fonte Musicmap

1.2

Il legame tra la musica e le città

La connessione tra la musica e le città è un tema molto importante e complesso che ha un impatto profondo sulla cultura, sull'identità urbana e sull'esperienza delle persone nella vita quotidiana.

Da un lato la musica diventa un veicolo di espressione culturale, infatti le città sono spesso intrise di culture diverse ed essa offre un modo per celebrare questa diversità; le tradizioni musicali provenienti da tutto il mondo si mescolano e influenzano reciprocamente, creando un panorama sonoro ricco e sfaccettato. Inoltre, la musica legata ad una città o ad un quartiere contribuisce a creare un senso di appartenenza tra gli abitanti, diventando una colonna sonora per la vita quotidiana e quindi anche un elemento identitario. Infine, essa narra le storie delle città e delle loro trasformazioni nel corso del tempo, per esempio il blues del Delta del Mississippi racconta la storia delle comunità afroamericane e delle loro lotte durante il XX secolo.

Dall'altro lato la musica è un potente attrattore e catalizzatore per le città, contribuendo in modi diversi. I luoghi legati ad essa diventano attrazioni turistiche di rilievo; eventi, festival, locali e monumenti musicali attirano visitatori da tutto il mondo, sostenendo l'industria del turismo locale. La scena musicale in una città può anche promuovere la crescita economica attraverso la **creazione di posti di lavoro** nell'industria musicale, l'organizzazione di eventi e la promozione di aziende locali. Inoltre, le città spesso fungono da **centri di innovazione musicale**, in quanto la diversità culturale, l'accesso a risorse e l'interazione tra musicisti, produttori e creativi conducono all'innovazione e alla creazione di nuovi generi e stili.

Oltre a tutto ciò, un altro aspetto fondamentale è che la musica ha il potere di *migliorare la qualità della vita nelle città*. Infatti è una forma di terapia per molte persone, essa offre un modo per



esprimere le emozioni e affrontare lo stress, diventando una **valvola di sfogo emotiva**. Inoltre, gli eventi musicali, come i concerti e i festival, sono **spazi in cui le persone possono socializzare e connettersi**, creando sempre più un senso di comunità.

Un altro tema importante è quello della musica negli spazi pubblici urbani, tra suonatori di strada ed eventi nelle piazze che contribuiscono alla vitalità della città e anche alla *riqualificazione di determinate aree*, ma questo argomento verrà approfondito in seguito.

Dunque, nel complesso si può dire che le città e la musica collaborano per creare un'esperienza culturale unica e arricchente.

1.3

Cosa rende una città "musicale"?

Secondo la Federazione Internazionale dell'Industria Fonografica (IFPI) una città della musica è, per definizione, un luogo con una scena musicale vibrante, dove artisti, musicisti, produttori, dj e un pubblico attivo popolano locali, studi di registrazione, etichette discografiche e case di produzione²⁰.

Tutte le città sono dotate di un **proprio sound**: il ronzio dei pali elettrici, il rumore del traffico e dei clacson delle macchine simili al suono della tromba, i passi delle persone, treni e tram che diventano percussioni, piccioni e gabbiani che cinguettano, dunque ogni città è ricca di suoni e di armonia. Ma se si parla di armonia musicale nel senso classico del termine, qui di seguito sono elencati degli aspetti che, se soddisfatti, aiutano a rendere una città davvero "musicale".

Opportunità per l'ascolto e la visione

Si sente spesso parlare di queste mitologiche città in cui è possibile assistere a concerti stupefacenti ogni sera o in cui i musicisti di strada hanno più talento di chi canta le canzoni che scalano le classifiche.

Tra queste ci sono innanzitutto New York,
Londra e Berlino ma anche New Orleans, Avana e Austin²¹, come vedremo nel capitolo successivo.

La reputazione di una città agli occhi degli artisti è determinata dalla quantità di club e locali con musica dal vivo. Inoltre, il prezzo medio del biglietto ha un notevole impatto, specialmente in situazioni di competizione tra band e promoter per ottenere una posizione in cui esibirsi, dove l'accessibilità finanziaria prevale.

Un senso di comunità

Un aspetto importante è la **percezione sociale del musicista**: se la città non è molto favorevole ai musicisti, ai concerti ed agli eventi, in genere sarà difficile trovarcisi bene in quanto artisti. Invece, se la città ospita una comunità unita e solida di musicisti, seppur piccola, la reazione sarà diametralmente opposta in quanto l'atmosfera sarà ricca di incoraggiamento, supporto e opportunità. Anche la rivalità amichevole è importante, fintanto che rimane priva di ostilità e gelosie, poichè è utile e costruttiva e porta le persone a migliorarsi e confrontarsi continuamente.

Opportunità di guadagno

Nelle città di punta è quasi impossibile suonare in un locale di medie dimensioni senza dover sborsare qualche soldo, mentre in una città analoga ma meno "popolare", il medesimo concerto può essere svolto al netto di un sostanziale guadagno. Dunque bisogna valutare diversi aspetti: se c'è buona possibilità di guadagnare qualche soldo dagli show o se sono opportunità ad alto rischio di perdita monetaria, o ancora se è possibile pagarsi un affitto e mantenersi vivendo solo di musica. Tutto questo dipende da diversi fattori che caratterizzano la città, dalla comunità presente, ma anche dalla scena musicale stessa; la questione di come sono trattati gli artisti e dei loro cachet in Italia verrà trattato più nel dettaglio nel Capitolo 3.

Un investimento per la vita notturna

La prosperità della scena musicale in alcune città è il risultato di **investimenti pubblici in progetti culturali o legati all'intrattenimento notturno** da parte delle autorità locali, provinciali o statali. Per esempio, nel 2016 a Londra il sindaco Sadiq Khan ha nominato Amy Lamé come "Night Czar", con il compito di garantire che Londra prosperi come città attiva 24 ore al giorno²². Spesso l'aspetto economico della vita notturna viene sottostimato, ma in realtà rappresenta effettivamente una delle fonti di entrate più significative per il comune e gli imprenditori; certamente c'è anche il tema di venire incontro al volere e al benessere dei residenti, costruendo quindi una "**buona movida**".

Quante volte è "cantata" una città

Numerose città sono spesso citate nei testi delle canzoni. Quanto più frequente è la menzione di un luogo in un testo, tanto maggiore è la probabilità che l'autore abbia tratto beneficio e ispirazione dalla sua esperienza in quel luogo **specifico**. La compagnia croceristica Celebrity Cruises²³ ha analizzato più di 2.000 canzoni da classifica degli ultimi 60 anni nel mondo con l'obiettivo di determinare quali fossero le città più menzionate, mappando poi i risultati su una mappa online interattiva. Quello che emerge è che le città più menzionate in musica sono New York, Londra, Los Angeles, California (come stato) e Hollywood. Tutte queste città sono attivissime dal lato musicale e leader nell'industria discografica per quantità di artisti, etichette, studi discografici e produttori.

La storia musicale di una città

La storia musicale di una città può avere un'importante influenza sulla scena moderna. Se un famoso artista vi è nato non significa che la città sia automaticamente "musicale", molto più importante è invece analizzare dove gli artisti hanno vissuto, dove sono cresciuti e dove hanno mosso i primi passi. Ad esempio, sapere che David Bowie, Iggy Pop e Lou Reed condividevano un appartamento nel distretto di Schöneberg a Berlino, arricchisce la storia musicale della città e ne influenza inesorabilmente la struttura e l'artisticità.

La musica live nel mondo

2.1

Le Organizzazioni della musica

UNESCO Creative Cities Network

La Rete delle Città Creative dell'UNESCO (UCCN) è stata creata nel 2004 per promuovere la cooperazione tra le città che hanno identificato la creatività come fattore strategico per lo sviluppo urbano sostenibile ed è divisa in sette aree culturali: musica, letteratura, artigianato e arte popolare, design, media arts, gastronomia e cinema. Sono 350²⁴ le città di tutto il mondo che attualmente fanno parte di questa rete e che lavorano insieme per un obiettivo comune: collocare la creatività e le industrie culturali al cuore delle loro strategie di sviluppo a livello locale e partecipare attivamente alle iniziative internazionali.

Aderendo alla Rete, le città si impegnano a condividere le loro migliori pratiche e a sviluppare partenariati che coinvolgano i settori pubblico e privato e la società civile al fine di:

- rafforzare la creazione, la produzione, la distribuzione e la diffusione di attività, beni e servizi culturali;
- sviluppare poli di creatività e innovazione e ampliare le opportunità per i creatori e i professionisti del settore culturale;
- migliorare l'accesso e la partecipazione alla vita culturale, in particolare per i gruppi e gli individui emarginati o vulnerabili;
- integrare pienamente la cultura e la creatività nei piani di sviluppo sostenibile²⁵.

La Rete delle Città Creative è un partner privilegiato dell'UNESCO, non solo come piattaforma di riflessione sul ruolo della creatività come leva per lo sviluppo sostenibile, ma anche come terreno fertile per l'azione e l'innovazione, in particolare per l'attuazione dell'Agenda 2030 per lo

 $^{^{24}}$ Il 31 ottobre 2023 sono state designate a Parigi 55 nuove Città Creative UNESCO da tutto il mondo.

sviluppo sostenibile.

Ogni 4 anni le Città Creative devono impegnarsi a sviluppare e presentare un **rapporto di monitoraggio** con l'obiettivo di dimostrare l'impegno verso l'attuazione della missione della Rete, presentare un nuovo piano d'azione per i successivi 4 anni, fornire un panorama dell'impatto della designazione, incoraggiare lo sviluppo di ricerche sulle esperienze delle Città Creative²⁶.

Come affermato precedentemente, uno dei sette ambiti culturali a cui appartengono le Città Creative è quello della musica, e a tal proposito si parla nello specifico di Città della Musica²⁷. Queste ad oggi sono 60 in totale: 16 sono europee, tra cui 3 italiane, mentre le restanti 44 sono extra europee. È interessante notare come la Città della Musica più longeva sia la italiana Bologna, che ha acquisito il titolo nel 2006 insieme a Siviglia (Spagna), seguite da Glasgow (Scozia) e Gand (Belgio) nel 2008; la seconda città italiana è Pesaro, che è entrata a far parte della Rete nel 2017. Il 30 ottobre 2023, quindi in tempi recentissimi, è stata designata come Città della Musica italiana anche Bolzano²⁸.

Music Cities Network

La Rete delle Città della Musica (MCN) è un'associazione transnazionale senza scopo di lucro che unisce le città della musica e i responsabili politici di tutto il mondo. La rete si dedica al miglioramento della collaborazione, del business, delle arti e delle politiche di comunicazione per tutti i soggetti interessati alle città della musica. Le azioni mirano a far sì che i decisori e i politici riconoscano in modo sostenibile la musica come parte integrante dello sviluppo della città²⁹. La rete è stata avviata a Brighton il 17 maggio 2016 dalle città di Aarhus, Amburgo, Sydney, Sound Diplomacy³⁰ e l'Associazione Music Business di Amburgo, ed è stata fondata come associazione transnazionale indipendente nel 2021.

I membri fondatori sono le città:

- Aarhus (Danimarca)
- Bergen (Norvegia)
- Berlino (Germania)
- Göteborg (Svezia)
- Groningen (Paesi Bassi)
- Amburgo (Germania)
- Manchester (Inghilterra)
- Reykjavik (Islanda)
- Sydney (Australia)
- Valencia (Spagna).

³º Sound Diplomacy è una società di consulenza globale di ricerca e strategia, impegnata a costruire e sostenere ecosistemi sostenibili che portano lo sviluppo economico a persone, luoghi e città.



Mappa 1 Le 60 Città della Musica UNESCO e le 10 Città della Musica MCN



2.2

Le città musicali nel mondo

Facendo una rapida ricognizione su Internet riguardo le città più importanti per la musica dal vivo, ci si rende conto di quanto sia vasta la quantità di città musicali nel mondo, viste anche le organizzazioni precedentemente citate. Elencarle tutte è impossibile, dunque sono state selezionate e analizzate brevemente quelle più nominate e più presenti online e quindi con una maggiore fama³¹.



Figura 21 Lo storico Konzert Café Schmid Hansl famoso per la musica dal vivo

Vienna e la musica classica

Vienna è universalmente celebrata come una delle città più intrinsecamente legate alla musica nella storia umana. La sua connessione con la musica risale a secoli fa e ha influenzato in modo significativo il panorama musicale mondiale. La città è stata il fulcro del periodo musicale classico, dove sono nati e vissuti i più famosi compositori: Mozart, Beethoven, Haydn, Schubert, Mahler e Brahms. In ogni angolo della città si respira musica e sono tante le occasioni per ascoltare l'opera, soprattutto al celebre teatro Wiener Staatsoper, e concerti delle migliori orchestre al mondo, come la Wiener Philharmonic e Wiener Symphonike. Il famoso palcoscenico dell'Opera di Stato di Vienna, insieme alle sontuose sale del Musikverein e del Konzerthaus, sono luoghi dove la musica classica continua a fiorire.

La città è stata fondamentale anche nello **sviluppo del valzer e della musica da ballo**, ospitando celebri eventi come il concerto di Capodanno della Filarmonica di Vienna. Inoltre, sono famosi i **live al pianoforte** nei numerosi cafè, mentre si fa una pausa dolce con lo strudel di mele. Il più antico sulla Ringstrasse è il Café Schwarzenberg, mentre se si vuole sentire anche un po' di jazz e blues, la cui scena è molto ampia, il posto giusto è lo storico Konzert Café Schmid Hansl. Le strade della città austriaca presentano pittoreschi locali per concerti di musica pop e rock e fondamentale anche la musica elettronica dei club.



Figura 22 Concerto di Capodanno dell'Orchestra Filarmonica

Berlino e la musica elettronica

Berlino è una città pulsante di energia musicale e innovazione, che abbraccia una vasta gamma di generi e stili. Negli anni '70 divenne la culla del punk, grazie anche a Iggy Pop e David Bowie, che vissero qui e che amavano passare le loro serate al SO36, locale storico e ancora molto frequentato. Si può ascoltare ogni genere, dagli artisti di strada che si esibiscono a Mauer Park, Warschauer e Oberbaumbrücke, ai tanti luoghi dedicati alla musica classica, come la rinomata Filarmonica di Berlino, ma da anni la città è diventata soprattutto la mecca della musica elettronica e della techno, delle discoteche super cool, dei locali underground e dei grandi festival di musica, tra cui la versione berlinese del Lollapalooza. Per la vita notturna, i quartieri migliori sono il Mitte, Friedrichshain e Kreuzberg, dove abbondano locali, come il Club der Visionaere, famoso per il pre e post serata. Tuttavia il tempio indiscusso e conosciuto in tutto il mondo per i suoi party all'insegna della musica elettronica e la sua rigida selezione all'ingresso è il Berghain, situato al confine tra i quartieri Kreuzberg e Friedrichshain.



Figura 23 Il Berghain, club esclusivo di musica elettronica in cui sono vietate le foto



Figura 24 Il Lollapalooza, uno dei più grandi festival musicali d'Europa

Figura 25 Il Palau de la Musica Catalana

Barcellona e i festival

Barcellona è una città che vibra al ritmo della musica, offrendo una scena musicale ricca e variegata che riflette la sua cultura eclettica e la sua animata vita notturna. Soprattutto in estate, ospita numerosi festival ogni mese. Tra gli eventi più importanti c'è indubbiamente il Primavera Sound, festival che si svolge al Parc del Fòrum e in altri luoghi vicino alla spiaggia, con numerosi palchi che ospitano diversi generi musicali, dall'indie rock ai DJ più importanti. Inoltre c'è il Sónar, a giugno, un enorme festival di musica elettronica che attrae migliaiva di appassionati di musica da tutto il mondo, così come il Rock Fest Barcelona, più orientato verso l'hard rock e l'heavy metal. Barcellona è anche la casa di spazi iconici come il Palau de la Música Catalana, una straordinaria sala da concerto modernista, e l'Auditori, una struttura all'avanguardia per le esibizioni musicali. La città è stata un luogo di incontro per artisti di tutti i generi, dal flamenco al pop, e il suo ambiente culturale favorisce la scoperta di nuovi talenti musicali.



Figura 26 Il Festival Primavera Sound al Parc del Fòrum

Londra tra pop e rock

Londra è da sempre al centro del palcoscenico musicale globale, con un legame straordinario con la musica che attraversa generazioni e generi. Questa città è stata testimone di alcuni dei momenti più significativi nella storia della musica moderna, dalla British Invasion negli anni '60 con i Beatles e i Rolling Stones, all'esplosione del punk rock con i Sex Pistols e i Clash negli anni '70, ma anche i Queen, David Bowie, i Pink Floyd, gli Oasis e tanti altri. Per tutti loro, Londra è stata una casa e una musa, e per scoprire i luoghi dove vivevano gli artisti, gli studi di registrazione e i club dove si esibivano, per esempio il London Rock Tours offre tour guidati. Londra ospita alcune delle sale da concerto più prestigiose al mondo, come il Royal Albert Hall e la Royal Festival Hall, che accolgono spettacoli di musica classica, pop e rock. La città è famosa anche per i suoi vivaci quartieri musicali, tra cui Soho e Camden, dove si possono trovare locali storici e club notturni che hanno contribuito a lanciare molte carriere musicali. Inoltre, Londra è la casa di importanti festival musicali come il Glastonbury e l'Electric Proms. Questa metropoli cosmopolita continua a essere una fonte di ispirazione per musicisti e artisti di tutto il mondo, ed è un luogo in cui la musica è parte integrante della cultura e dell'identità urbana.



Figura 27 L'iconico quartiere "musicale" Camden Town



Figura 28 Le famose strisce pedonali su cui i Beatles nel 1969 scattarono la foto per la copertina dell'album Abbey Road

Glasgow e il suo dna musicale

Glasgow è stata la terza Città della Musica dell'UNESCO, nominata nel 2008. La musica è il cuore pulsante di questa grande città scozzese e si estende in tutto lo spettro, dal contemporaneo al classico, dal celtico al country. I suoi luoghi sono ugualmente vari e ospitano una media di 130 eventi musicali ogni settimana, più di qualsiasi altra città scozzese. È famosa per l'entusiasmo e l'energia del suo pubblico, dunque non sorprende che sia regolarmente votata come una delle città più amichevoli e accoglienti del mondo. È particolarmente conosciuta per il suo ruolo nel movimento indie e alternative rock, con leggende musicali come i Simple Minds, i Primal Scream, i Franz Ferdinand e molti altri che hanno trovato le loro radici qui.

La scena musicale di Glasgow si esprime attraverso locali iconici come il King Tut's Wah Wah Hut, importante per le band nuove ed emergenti e noto per aver lanciato alcuni dei gruppi più influenti, il Barrowland Ballroom, un luogo storico per concerti dal vivo di diversi generi, e l'OVO Hydro, arena da 14.500 spettatori costruita appositamente per concerti ed eventi speciali. Inoltre, il Glasgow Royal Concert Hall è il cuore della musica classica in città. Con festival musicali come il Celtic Connections e una comunità musicale molto attiva, Glasgow è una destinazione cruciale per gli amanti della musica che cercano autenticità e innovazione nella scena musicale.



Figura 29 Una band emergente sul palco del King Tut's Wah Wah Hut



Figura 30 L'iconica insegna del Barrowland Ballroom

New York e la sua colonna sonora

New York è una delle città più iconiche nel mondo della musica, un luogo in cui il ritmo frenetico della vita urbana è accompagnato da una colonna sonora che abbraccia una vasta gamma di generi e stili musicali. La Grande Mela è stata testimone di molte rivoluzioni musicali, dal jazz nato nei quartieri di Harlem e il punk rock nel Bowery, alla scena hip-hop che è emersa nei quartieri di Brooklyn e del Bronx. La diversità culturale di New York si riflette nella sua musica, rendendola un melting pot sonoro di influenze globali. I concerti sold-out al Madison Square Garden, i tour delle star internazionali al Barclays Center, le produzioni teatrali di Broadway e Off-Broadway, fino alle performance straordinarie in metropolitana: c'è solo l'imbarazzo della scelta. Un altro luogo simbolo è l'Apollo Theatre, da quasi 85 anni punto di riferimento per la scena musicale newyorkese, dove hanno iniziato la propria carriera alcune icone come Ella Fitzgerald, James Brown e Jimi Hendrix. Altri luoghi iconici sono il St.George Theatre e il Kings Theatre, che offrono un fitto calendario di spettacoli e di concerti. Cuore pulsante anche di club e locali notturni, come il Terminal 5, situato nel cuore di Hell's Kitchen, uno spazio multilivello che ospita 3.000 persone in cinque ambienti distinti. La città è stata fonte di ispirazione per innumerevoli musicisti e continua a essere un faro per artisti emergenti.



Figura 31 Lo storico Apollo Theater di New York



Figura 32 La grande arena del Madison Square Garden

Figura 33 Gli interni scuri e sfarzosi della House of Jazz

Montreal tra jazz e blues

Dagli anni '20 ad oggi Montreal, la città del Quebec, provincia francese del Canada, è una delle scene più fiorenti del jazz e del blues, con tanti locali e night club dove si suona dal vivo. Tra quelli da visitare c'è **House of Jazz**, mentre per chi ama il blues, nel Quartiere Latino c'è Bistro à Jojo, un intimo night club con musica live. In una delle zone più alla moda della città, Plateau, c'è il **ristorante Dièse Onze**, che offre una ricca programmazione di esibizioni dal vivo. Ma la città è rinomata soprattutto per il Montréal International Jazz Festival, uno dei festival jazz più grandi al mondo che da 35 anni propone concerti in tutta la città, sia nei club che negli spazi all'aperto, anche gratuiti; ospita anche eventi musicali di tutti i generi, tra cui il famoso Osheaga Music and Arts Festival. L'atmosfera multiculturale di Montreal crea un ambiente musicale unico, in cui le influenze francofone, anglofone e di altre culture si fondono per creare una ricca melodia musicale.



Figura 34 L'imponente Festival Internazionale del Jazz di Montreal

Avana e la salsa

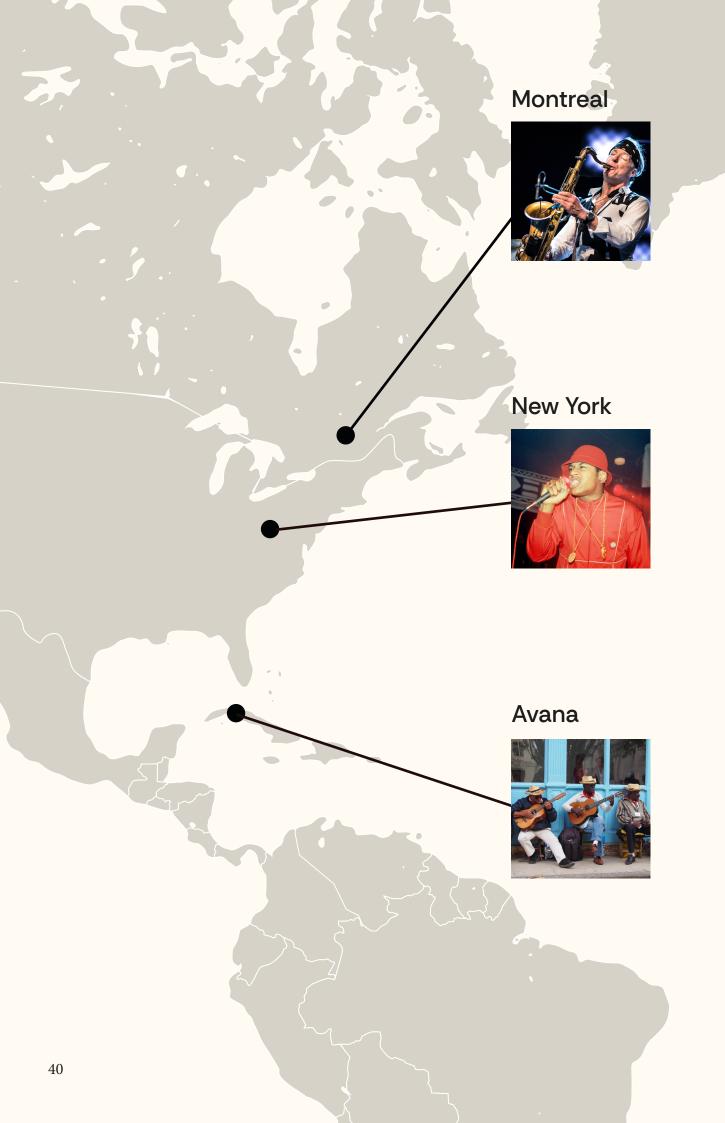
Avana, capitale di Cuba, è un faro per la ricca tradizione musicale cubana, in tutte le sue declinazioni: dal son al salsa, dal cuban jazz al rap fino al reggaeton. È facile incontrare musicisti improvvisare live session per le strade e le piazze, soprattutto nei quartieri della Habana Vieja, Centro Habana, Miramar e sul lungo mare, il Malecón. La città è famosa anche per i suoi locali notturni, come la storica Casa della Musica, dove si sono esibiti i più famosi gruppi di salsa del mondo, e nel nuovo Bar Roma, dove invece si balla l'elettronica. La nuova movida è al **Vedado**, punto di ritrovo di tanti giovani che fanno le ore piccole alla **Fábrica** de Arte Cubano, centro dedicato all'arte e alla buona musica. Per un tuffo nel passato, si ricorda il famoso e scenografico spettacolo del Tropicana, nel grande teatro all'aperto immerso in un giardino lussureggiante di palme, mango e alberi di cedro. Inoltre, l'Avana è la patria di molti artisti e musicisti di fama internazionale, tra cui il leggendario gruppo Buena Vista Social Club.



Figura 35 Un estratto della grande sceneggiatura del Cabaret al Tropicana nel 2017



Figura 36 Turisti e gente del posto ballano la salsa nelle strade





2.3

L'Eurovision Song Contest

L'Eurovision Song Contest, noto in Italia anche come Concorso Eurovisione della Canzone, è un **festival musicale internazionale nato a Lugano nel 1956** e organizzato ogni anno nel mese di maggio dai membri dell'Unione Europea di Radiodiffusione (UER).

Dalla prima edizione nel 1956, il concorso è stato **trasmesso annualmente** senza interruzioni **in tutto il mondo**, fatta eccezione per il 2020³² rendendolo uno dei programmi televisivi musicali di livello internazionale più longevi di sempre³³. È considerato anche l'evento non sportivo più seguito al mondo³⁴, infatti negli ultimi anni i dati d'ascolto a livello internazionale sono stati stimati tra 100 e 600 milioni.



Figura 37 Lys Assia, la vincitrice svizzera della prima edizione del 1956

³² Nel 2020 l'Eurovision è stato annullato a causa dell'emergenza Covid-19.

³³ L'Eurovision ha ricevuto il Guinnes World Records come il più longevo concorso musicale televisivo annuale internazionale.

Il concorso è trasmesso in diretta televisiva e radiofonica sui canali dei membri dell'UER e attraverso il network Eurovisione; viene trasmesso anche in altri paesi al di fuori della zona europea di radiodiffusione tra cui Australia, Canada, Cina e Stati Uniti d'America. Con il passare degli anni, agli inizi del 2000 è stata inoltre introdotta la trasmissione dell'evento in diretta tramite le piattaforme Internet Eurovision.tv e poi, dal 2016, su YouTube sul canale ufficiale dell'evento.

Secondo il regolamento, il Paese che ottiene più punti³⁵ vince l'Eurovision Song Contest e guadagna l'invito, anche se non vincolante, ad organizzare l'edizione successiva, infatti il Paese o l'emittente televisiva possono rinunciarvi e in tal caso viene scelto un altro Paese tra i candidati.

Da questo grande festival sono derivati **numerosi spin-off** tra cui la versione dedicata ai giovanissimi, denominata Junior Eurovision Song Contest, una versione canadese, una statunitense denominata American Song Contest e una sudamericana³⁶.

Partecipazioni

- Europa: la maggioranza degli Stati ha preso parte almeno una volta all'Eurovision Song Contest, tuttavia alcuni di essi si sono ritirati dalla manifestazione per differenti motivi, e questi stati sono Andorra, Bosnia ed Erzegovina, Bulgaria, Macedonia del Nord, Montenegro, Principato di Monaco, Slovacchia, Ungheria e Turchia. Gli unici Stati sovrani europei a non aver ancora partecipato sono la Città del Vaticano e il Liechtenstein;
- Africa: solo il Marocco ha preso parte al concorso, nell'unica edizione del 1980;

- America: nessun Paese americano ha preso parte direttamente al concorso, tuttavia diversi cantanti americani sono stati invitati come ospiti come per esempio Justin Timberlake nell'edizione 2016 e Madonna nel 2019. Il Canada ha partecipato due volte al'Eurovision Young Dancers, tuttavia nessuna sua emittente è un membro effettivo dell'UER, e inoltre il Paese non ha manifestato particolare interesse nell'ESC, anche se è degna di nota la vittoria della cantante canadese Céline Dion per la Svizzera nel 1988:
- Asia: nessuno dei Paesi asiatici, eccetto Israele, ha mai preso finora parte alla manifestazione. Tuttavia ci sono stati dei tentativi da parte del Libano nel 2005 e dell'Unione Sovietica nel 1987, e altri paesi come il Qatar e il Kazakistan hanno espresso interesse ma, essendo fuori dall'area UER, è difficile che possano partecipare;
- Oceania: dal 2015 partecipa, in qualità di Paese invitato, l'Australia, dove l'evento è trasmesso dal 1983;
- Stati non sovrani: la Scozia, il Galles e Gibilterra hanno tentato la partecipazione all'Eurovision Song Contest, possibilità però impedita essendo essi parte del Regno Unito (BBC), lo stesso discorso vale per la Groenlandia e le Isole Feringie che fanno parte del Regno di Danimarca (DR). La Catalogna (TVC) rispetta i criteri per entrare a far parte dell'Unione Europea di Radiodiffusione in quanto l'emittente televisiva è considerata un membro indipendente dell'ITU³⁷, ma l'assemblea dell'UER ha rifiutato nel 2019 il suo ingresso, possibilità negata anche per Kosovo nel 2019.³⁸

³⁵ Il compito di giudicare le canzoni in gara è affidato a due entità separate: le giurie nazionali e il televoto.

³⁷ L'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni è un'organizzazione internazionale che si occupa di definire gli standard nelle telecomunicazioni e nell'uso delle onde radio.

Le ultime edizioni

L'edizione del 2020 avrebbe dovuto svolgersi a Rotterdam Ahoy nei Paesi Bassi, tuttavia è stata rimandata all'anno successivo causa pandemia, ma la città e l'arena sono state riconfermate: a vincere la manifestazione è stato il brano "Zitti e buoni" della band italiana dei Måneskin, già vincitrice del Festival di Sanremo, portando l'Italia ad aggiudicarsi la manifestazione per la terza volta nella propria storia e dopo 31 anni³⁹; ciò ha fatto sì che l'edizione 2022 si svolgesse in Italia, presso il PalaOlimpico di Torino, ma gli sviluppi e gli impatti di questa edizione verranno analizzati nel dettaglio nel Capitolo 4.

A vincere il concorso nel 2022 è stato il gruppo ucraino Kalush Orchestra con il brano "Stefania", tuttavia a causa dell'impossibilità dell'Ucraina di soddisfare i requisiti per ospitare l'evento a seguito dell'invasione russa del paese, l'edizione 2023 è stata ospitata presso la Liverpool Arena in Inghilterra; la vittoria è andata alla cantante svedese Loreen con la canzone "Tattoo" e quindi la sessantottesima edizione del 2024 si svolgerà in Svezia, a Malmo⁴⁰.

A partire dal 2002 e fino al 2023, ogni edizione del concorso canoro ha adottato uno slogan, deciso dall'emittente organizzatrice, e a partire da questo sono stati sviluppati il design del logo e la scenografia.

Invece a partire dall'edizione 2024, su decisione dell'UER, verrà introdotto uno slogan permanente per l'edizione in questione del concorso e per tutte quelle future: "United by Music", il medesimo adottato per l'edizione 2023, diventando quindi il payoff globale dell'evento⁴¹.



Inquadra il codice con l'app di Spotify per ascoltare la canzone vincitrice dei Maneskin



Figura 38 La locandina dell'edizione 2024

³⁹ La prima volta nel 1965 all'Auditorium Rai di Napoli, la seconda nel 1991 allo Studio 15 di Cinecittà di Roma



Figura 39 La vittoria dei Maneskin a Rotterdam nel 2021



La musica live in Italia

3.1

L'Italia, culla della cultura e della musica

L'Italia è famosa per l'arte in generale, infatti detiene il primato per numero di siti Unesco, ma in particolare ad essa appartiene anche la scrittura dell'arte più universale di tutte, la musica. La teorizzazione musicale si deve a Guido Monaco (991-1050), conosciuto sotto il nome di Guido d'Arezzo, che sostituì la notazione neumatica con il più moderno tetragramma e diede il nome alle prime sei note⁴².

Intorno al 1440, il teorico musicale **Ugolino da Forlì aggiunse la quinta riga definendo l'attuale pentagramma**, mentre **la settima nota "Si" fu introdotta da Bartolomeo Ramis de Pareja** nel 1482⁴³.

Il genio italiano ha contribuito anche all'**invenzione di diversi strumenti musicali**, per esempio il violino apparve in Italia nella prima metà del XVI secolo, oppure ancora il prototipo del pianoforte venne sviluppato tra il 1698 e il 1700 dal padovano Bartolomeo Cristofori⁴⁴.

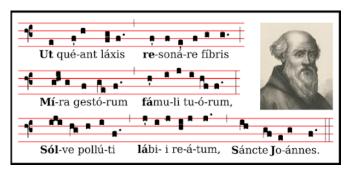


Figura 40 Il tetragramma introdotto da Guido d'Arezzo

⁴² Il rigo di Guido aveva quattro linee ed era perciò detto tetragramma. I nomi delle note erano Ut-Re-Mi-Fa-Sol-La.

L'Italia è sempre stata definita "il Paese del Bel Canto", in quanto ha una ricca eredità nella musica classica, con compositori come Vivaldi, Puccini, Rossini e Verdi, che hanno lasciato un segno indelebile nella storia; le opere italiane come La Traviata, La Bohème, Rigoletto e Tosca sono ancora eseguite regolarmente nei teatri in tutto il mondo. Ma la nostra nazione è famosa anche per la sua musica popolare e tradizionale, infatti, come anticipato nel Capitolo 1, nello specifico della musica italiana possono essere individuati ancora altri generi⁴⁵:

Cantautorato

Negli anni '60 e '70 la musica è stata uno strumento estremamente potente, ed ha avuto la sua massima espressione con i suoi cantautori. Il cantautorato ha saputo per quei decenni, e oltre, mettere in musica tutto il marcio che poteva sorgere nelle strade, nelle piazze o nei suoi palazzi più sfarzosi; infatti, la grande forza dei cantautori è stata quella di riuscire a cantare sia la politica sia la società. Da Fabrizio De André a Francesco Guccini, passando per Francesco De Gregori, Giorgio Gaber, Rino Gaetano, Lucio Battisti, Lucio Dalla, Pino Daniele e molti altri artisti del panorama musicale italiano dell'epoca, la musica è stata la protagonista che ha scosso gli animi e le coscienze popolari, mettendo in luce gli abusi di potere della politica durante quei decenni⁴⁶.



Figura 41 I maggiori cantautori italiani che hanno fatto la storia

• Canzone napoletana

Si tratta di una forma tradizionale di musica cantata appunto in napoletano. Il repertorio, che va dagli inizi del XIX secolo all'immediato secondo dopoguerra in Italia, costituisce la canzone classica napoletana, divenuta nel corso degli anni simbolo della musica italiana nel mondo. I brani del periodo sono stati reinterpretati nel corso del tempo da numerosi artisti di fama mondiale; tra questi si ricordano ad esempio Enrico Caruso, tra i primi nel Novecento ad aver portato il genere all'attenzione del mondo, Sergio Bruni, Domenico Modugno, Massimo Ranieri e tanti altri. Accanto alla classica canzone napoletana si inserisce anche il genere neomelodico, una sorta di musica leggera in napoletano inventata negli anni '80 da cantanti come Patrizio, Gigi Finizio e Nino D'Angelo⁴⁷.



Figura 42 Massimo Ranieri ospite al Festival di Sanremo 2023

Liscio

Originariamente conosciuto come musica da ballo romagnola, è un genere musicale popolare nato in Romagna tra la fine del XIX secolo e i primi decenni del XX secolo, che col passare degli anni si è diffuso in tutta Italia, soprattutto nel Nord. Tale genere è caratterizzato prevalentemente da un'esecuzione veloce da parte di strumenti solisti come il clarinetto, il sassofono (nel liscio romagnolo) e la fisarmonica (nel liscio emiliano e piemontese) accompagnati da basso, chitarra e batteria. Le prime formazioni di liscio erano solo strumentali. Secondo Casadei⁴⁸ fu il primo ad introdurre la figura di un cantante, sia uomo (1928) sia donna (1952), e insieme al nipote Raoul Casadei hanno trasformato il liscio in una musica del popolo⁴⁹.

Musica sarda

Si tratta di uno degli elementi più distintivi della cultura dell'isola. I generi principali sono il "cantu a tenore", un canto polifonico tipico della Barbagia; il "cantu a chiterra", un canto monodico che viene accompagnato dalla chitarra, diffuso principalmente al nord e al centro dell'isola, e la musica delle launeddas, uno strumento musicale a fiato ad ancia battente, costituito da tre canne che vengono suonate contemporaneamente con la tecnica della respirazione circolare. Inoltre, vi sono numerosi canti sacri come i "gosos", diffusi in tutta l'isola⁵⁰.

Tarantella

È un tipo di danza tradizionale dell'Italia meridionale, accompagnata da melodie vivaci ritmate da tamburelli, fisarmoniche e chitarre. La tarantella non è uguale dappertutto, infatti ha diverse varianti regionali (campana, calabrese, pugliese, siciliana) che si ritiene abbiano tutte origine dal fenomeno del tarantismo pugliese⁵¹. Delle tante varianti, la tarantella napoletana è quella che ha ricevuto una codificazione colta che ha in parte tradito lo spirito del folklore originario, ha infatti attratto l'interesse della musica classica e ha reso la tarantella un simbolo dell'Italia in tutto il mondo⁵².



Figura 43 I Casadei hanno trasformato il liscio in una sottocultura



Figura 44 Suonatori di launeddas, strumento tradizionale sardo



Figura 45 I costumi tradizionali della tarantella napoletana

⁵¹ Il tarantismo è una sindrome culturale di tipo isterico riscontrata nel Sud Italia, che nella tradizione popolare è collegata ad una patologia che si riteneva essere causata dal morso di ragni o di altri animali velenosi come serpenti o scorpioni.

⁴⁸ Secondo Casadei è stato un violinista, compositore e arrangiatore italiano. Considerato il più importante esponente del liscio romagnolo, fu l'autore della celeberrima "Romagna mia".

3.2

Le città musicali italiane

Da Nord a Sud, la cultura musicale italiana percorre tutta la penisola: come vedremo di seguito, molte città sono centri vitali per la musica dal vivo, con teatri d'opera di fama mondiale, sale da concerto storiche e una scena musicale contemporanea in costante evoluzione.

Nel 2018 Holidu, il portale di confronto per case vacanze, assieme a Musixmatch, il catalogo di testi più grande al mondo, hanno deciso di ricercare quali sono le città italiane e internazionali più menzionate nelle canzoni e da questo studio è stata stilata una classifica delle 10 città italiane più cantate a livello nazionale⁵³:

1. "Roma nun fà la stupida stasera, damme 'na mano a faje di de si..."

La capitale è al primo posto, le bellezze antiche e la magia che **Roma** trasmette sono senza tempo e le valgono ben **3.078** canzoni. Tra le più famose si ricordano "Roma nun fa la stupida stasera" di Lando Fiorini, i due inni dedicati alla città "Grazie Roma" e "Roma capoccia" di Antonello Venditti, e "Vacanze romane" dei Matia Bazar;

- 2. "O mia bela Madunina che te brillet de lontan, tuta d'ora e piscinina, ti te dominet Milan..."

 Milano, la capitale italiana della moda e del design, viene citata 1893 volte in musica e ottiene la seconda posizione: alcune delle canzoni più famose sono "Oh mia bella Madonnina" di Giovanni D'Anzi e "Luci a San Siro" di Roberto Vecchioni;
- 3. "Napule è mille culure, Napule è mille paure, Napule è nu sole amaro..."

Con **1062** citazioni, **Napoli** si piazza sul podio. A contribuire al successo di questa bellissima città del sud, ci sono innumerevoli canzoni di Pino Daniele, tra tutte "Napule è", ma anche di Nino d'Angelo e di Gigi D'Alessio;

4. "Bologna è una donna emiliana di zigomo forte, Bologna capace d' amore, capace di morte"
Città della musica UNESCO dal 2006, Bologna ha dato i natali ad alcuni dei cantautori italiani più famosi ed è stata anche menzionata 577 volte. Alcune delle canzoni che più l'hanno resa famosa sono "Bologna" di Francesco Guccini e "Piazza Grande" di Lucio Dalla;

- 5. "A Palermo! La gente onesta è troppa non si arrenderà! Palermo! Patria di cultura della civiltà!" Il capoluogo della Sicilia, **Palermo**, è stata cantata **340** volte, per esempio da Carmen Consoli in "Esercito silente" e dai "La cattedrale di Palermo" dei Tre Allegri Ragazzi Morti;
- 6. "Il cielo su Torino sembra muoversi al tuo fianco, tu sei come me..."

Al sesto posto troviamo **Torino** con **293** citazioni, la città degli Statuto e dei Subsonica, che l'hanno cantata nella loro "Il cielo su Torino";

7. "Verona...L'amore... Giulietta... L'amore... Romeo... Verona..."

Al settimo **Verona** e la sua Arena con un punteggio di **259**, nominata per esempio in "Amore" di Riccardo Cocciante e Mina;

8. "Venezia è anche un sogno, di quelli che puoi comperare..."

Venezia si aggiudica l'ottava posizione con 252 citazioni tra cui "Venezia mia", "Venezia Bella" e "Venezia, la luna... e tu", cantate tutte da una voce senza tempo come quella di Claudio Villa;

- 9. "Genova per noi, che stiamo in fondo alla campagna e abbiamo il sole in piazza rare volte..." Genova è nona con 197 menzioni, viene cantata da grandi artisti e alcune delle canzoni più famose sono ad esempio "Notti di Genova" di Cristiano De Andrè e "Genova per noi" di Paolo Conte;
- 10. "Firenze stanotte sei bella in un manto di stelle, che in cielo risplendono tremule come fiammelle..." Firenze chiude la top 10 con 175 menzioni, alcune delle canzoni più belle sono "Firenze sogna" di Claudio Villa e "Firenze, piccoli particolari" di Laura Landi.

La classifica è stata ampliata anche a livello europeo ed è interessante vedere come si posizionano le città italiane in un contesto più ampio: Roma (11.859 citazioni) si guadagna il podio, al terzo posto, Milano (3.854) ottiene la quinta posizione e, infine, Venezia (1.975) al nono posto. Quindi considerato che, a livello europeo, 3 città su 10 sono italiane, è un ottimo risultato e ciò conferma la notorietà che l'Italia si è guadagnata in campo musicale.

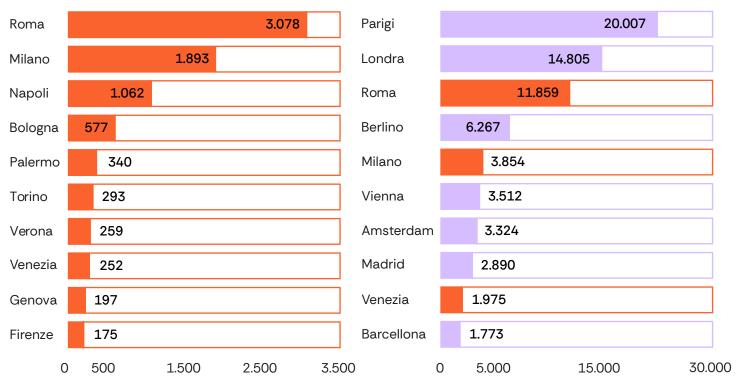


Grafico 1 Le 10 città italiane più cantate in Italia, elaborazione dei dati su fonti Holidu e Musixmatch

Le 10 città più cantate in Europa, elaborazione dei dati su fonti Holidu e Musixmatch

Successivamente, è stata fatta un'ulteriore ricerca online attraverso il motore di ricerca Google cercando quali sono le città italiane più importanti per la musica, a livello di storia, di luoghi e di possibilità per gli artisti. Come già affermato nel Capitolo 2.2 a livello globale, anche a livello nazionale emergono tanti risultati su moltissime città⁵⁴, in quanto la penisola italiana è costellata da luoghi simbolo della musica.

La cosa interessante è che, per certi aspetti, questa ricerca è andata a confermare la classifica sopra elencata: infatti tra le città italiane più note dal punto di vista musicale figurano proprio le prime quattro, ovvero Roma, Milano, Napoli e Bologna, ma anche altre appartenenti al resto della top 10 delle città più cantate, come Verona e Venezia.

Tuttavia, ci sono anche altre destinazioni musicali molto importanti come **Sanremo, Lucca, Perugia, Cremona, Ravello e Melpignano**, che però non compaiono nella classifica analizzata e che saranno approfondite di seguito.

Inoltre, un altro elemento significativo è che Torino, città sulla quale si focalizzerà questo lavoro di tesi, nonostante si posizioni in sesta posizione e nonostante abbia un'importante storia anche a livello musicale (come vedremo nel Capitolo 4), non appare ad oggi tra le città più significative per la musica in questa ulteriore ricerca, in quanto ad oggi è più riconosciuta per le sue architetture storiche, i musei ed il cinema.



Inquadra il codice con l'app di Spotify per ascoltare la playlist contenente tutte le canzoni citate alle pagine precedenti

Casa

Figura 46 Gli eventi all'aperto nella Casa del Jazz

Roma, la capitale

Roma è una città intrisa di storia, cultura e, naturalmente, musica. La città è infatti famosa per il suo patrimonio musicale, con il Teatro dell'Opera di Roma che offre spettacoli lirici di fama mondiale, ma ci sono anche altri luoghi che ospitano i grandi eventi della sinfonica, del pop, del gospel e del jazz: dallo storico Teatro Argentina all'antico Conservatorio di Santa Cecilia, dalla Chiesa Anglicana All Saints' all'imponente Auditorium Parco della Musica, fino alla raffinata Casa del Jazz. La capitale è una città dove si fondono tradizione e modernità, è possibile ascoltare esibizioni di musica popolare e folk nelle piazze storiche della città o godersi spettacoli di musica contemporanea nei moderni spazi culturali. San Lorenzo, Testaccio e Pigneto sono le aree in cui si possono trovare alcuni dei locali più famosi di musica dal vivo: oltre a quelli già citati si ricordano l'Auditorium della Conciliazione, Spazio 900, l'Ippodromo delle Capannelle, Villa Ada e d'estate l'Ex Dogana. Roma è stata anche un trampolino di lancio per molti artisti emergenti, grazie a locali e club come il Monk Club e il Factory Club, che promuovono la musica indie e underground.



Figura 47 L'Auditorium Parco della Musica, un capolavoro di ingegneria

Milano, San Siro

Tra le città simbolo della musica italiana c'è sicuramente Milano, che nella sua frenesia offre quotidianamente eventi e manifestazioni musicali e culturali che rispecchiano e traducono il fermento artistico della città che non riposa mai. Sono numerosissimi i locali, i teatri e i centri culturali in cui apprezzare l'arte, ma in particolare sono tre i luoghi simbolo della musica. In primo luogo si ricorda il Teatro alla Scala, il principale teatro di Milano e considerato tra i più prestigiosi del mondo, che ospita da 239 anni artisti e le opere dei più grandi compositori di tutti i tempi; tra le programmazioni più importanti a livello nazionale si ricorda sicuramente La Prima. Il secondo luogo è San Siro, lo stadio più capiente d'Italia con i suoi 75.000 posti a sedere, noto per le partite di calcio ma anche per essere la principale cornice di concerti musicali, infatti ogni anno ospita numerosissimi artisti sia nazionali sia internazionali. Al terzo posto c'è Casa Verdi, una casa di riposo per musicisti: non importa la carriera, i successi o il seguito di pubblico avuto, questo posto accoglie tutti coloro che hanno dedicato la loro vita e i loro sacrifici alla musica, all'arte e al teatro. Inoltre, i quartieri Isola e i Navigli sono tra i più popolari della città e offrono numerose possibilità per passare una serata in un teatro o in un pub, ascoltando musica dal vivo. I locali più conosciuti sono il Fabrique e l'Alcatraz, nei quali spesso vengono organizzati concerti di una capienza minore rispetto a quelli a San Siro, i circoli Arci (il Magnolia, il Bellezza e l'Ohibò), La Salumeria della musica, il Ligera, il Leoncavallo, il Cantiere, il Rock'n Roll e il Santeria Social Club.



Figura 48 La magnifica sala rossa e dorata del Teatro alla Scala



Figura 49 Un concerto nell'immenso Stadio San Siro

Figura 50 L'interno del Teatro San Carlo

Napoli, la tradizione

La città campana è ricca di storia, cultura, tradizione, arte e musica, motivo per cui è considerata una delle città italiane più belle e vive, generando intorno a sè quell'atmosfera unica che ha ispirato un numero indefinito e ricchissimo di artisti e compositori. La tradizione musicale napoletana è riconoscibile e famosa in tutto il mondo, come si è visto già precedentemente, e la bellezza della musica partenopea si può sentire tra i vicoli della città come nei suoi più importanti teatri; l'intera città suona e canta, e le cornici più importanti in cui assistere a manifestazioni ed eventi musicali sono il Castel dell'Ovo, il più antico della città, il Teatro Trianon e il **Teatro San Carlo**, oltre ai numerosi locali in cui sentire musica dal vivo praticamente ogni giorno. I quartieri più belli per gli appassionati sono Chiaia, Vomero e San Lorenzo, dove è possibile trovare alcuni dei locali più famosi di Napoli, tra cui il Bourbon Street, dove si può ascoltare musica jazz, l'Asilo, il Lanificio 25 e il Nabilah.



Figura 51 Il suggestivo Castel dell'Ovo

Bologna, il cantautorato

Bologna, città italiana ricca di storia e cultura, nel 2006 ha ricevuto il riconoscimento di Città Creativa della Musica dell'UNESCO grazie al forte legame che condivide con la musica, sia classica sia moderna, come si è visto nel Capitolo 2.2; infatti, è la città della musica della resistenza, quella anticonvenzionale e diretta, è la città dei cantautori che hanno sfidato i canoni generando continue novità. Proprio per questo Bologna in musica si associa all'idea dell'indimenticabile Lucio Dalla, che amava tanto la sua città da dedicarle diverse canzoni e la cui casa è visitabile al pubblico; ma è legata anche ad altri cantautori come Francesco Guccini, Gianni Morandi, Vasco Rossi, Samuele Bersani, Stato Sociale, Stadio, Luca Carboni e Cesare Cremonini. I concerti a Bologna sono tra i più partecipati d'Italia, grazie anche al grande fermento giovanile; infatti, la vita universitaria del capoluogo emiliano le consente di essere sempre piena di studenti da ogni parte del mondo. La vita mondana è concentrata soprattutto nelle zone centrali di via Ugo Bassi e di via Zamboni. L'Estragon, l'Associazione Culturale Mambo e il nuovissimo Off sono solo alcuni dei tanti locali di musica dal vivo che Bologna offre ai suoi giovani artisti, dalla musica classica, al rock e alla musica indie. Durante tutto l'anno ci sono festival ed eventi, tra cui il celebre festival musicale Ròver, che promuove la musica indipendente e le nuove proposte musicali.

La città è anche conosciuta per il **Conservatorio** di Musica Giovan Battista Martini, un istituto prestigioso che ha contribuito all'educazione musicale di numerosi talenti, e per il Museo Internazionale e Biblioteca della Musica, che raccoglie oltre sei secoli di storia della musica europea.



Figura 52 La casa di Lucio Dalla in Via d'Azeglio



Figura 53 Lo storico Museo Internazionale e Biblioteca della Musica

Figura 54 L'interno del Teatro Filarmonico

Verona, l'Arena

Verona è famosa e riconosciuta per il suo anfiteatro romano ben conservato, l'Arena di Verona, che rappresenta uno dei principali luoghi per gli spettacoli musicali all'aperto nella stagione primavera-estate. L'Arena ospita opere liriche, concerti rock e pop, e numerosi altri eventi musicali, attirando artisti di fama internazionale e appassionati di musica da tutto il mondo. L'evento simbolo di Verona e dell'Arena inizia nel mese di giugno e apre le porte all'estate: l'Arena Opera Festival, il festival lirico tra i più importanti al mondo che ha visto l'inizio della sua storia nel lontano 1913. La città offre anche altri spazi per la musica dal vivo, come il settecentesco Teatro Filarmonico e il Teatro Nuovo, che ospitano spettacoli di musica classica e contemporanea. Inoltre, Verona è la città natale del compositore del XIX secolo Giuseppe Verdi, uno dei grandi maestri dell'opera italiana; la casa di Verdi, situata a pochi chilometri da Verona, è ora un museo dedicato al compositore e alla sua musica.



Figura 55 L'edizione 2023 dell'Arena Opera Festival

Venezia, la lirica

Romantica ed affascinante con i suoi canali e antichi palazzi, la città lagunare ha nella sua storia una tradizione musicale che l'ha resa famosa in tutto il mondo, che abbraccia sia la musica classica sia il folklore locale. L'Opera è un evento artistico fondamentale per Venezia; la città ospita l'iconico Teatro La Fenice, uno scrigno di velluto rosso, con arredi dorati e lampadari sontuosi: fin dall'Ottocento è stato la sede di numerose opere di Verdi, Rossini, Donizetti e altri ancora, e ancora oggi resta un punto di riferimento della lirica mondiale, ma propone anche concerti sinfonici, spettacoli di danza e musica da camera. Per un'esperienza più intima c'è Musica a Palazzo, che offre un modo diverso di vivere la lirica, infatti gli spettacoli sono itineranti, perché ogni atto viene rappresentato in uno dei differenti saloni di Palazzo Barbarigo Minotto. Inoltre, la città è famosa per il Carnevale di Venezia, un festival in cui la musica è una parte essenziale, con le tradizionali maschere veneziane che ballano e suonano lungo le strade e i canali. Tra le aree più belle ci sono sicursmente la centrale San Marco e l'universitaria Dorsoduro, che sono ricche di locali per gli amanti della musica. Tra i più famosi l'H2NO, il Basegò, il Paradiso perduto, il Laboratorio Occupato Morion e il Centro Sociale Rivolta, che ospita concerti di musica dal vivo.



Figura 56
Il suggestivo interno dorato del Teatro La Fenice



Figura 57 Le vie si colorano tra balli e musica per il Carnevale di Venezia



Figura 58 La statua di Mike Bongiorno in Corso Matteotti

Sanremo, il Festival

Tra le città simbolo della musica italiana, ovviamente, non può non esserci Sanremo. La città dei fiori è nota soprattutto per ospitare ogni anno il festival musicale più seguito e atteso d'Italia, il Festival della Canzone Italiana, all'interno del famoso Teatro Ariston. Il Festival di Sanremo è un crocevia per artisti emergenti e consolidati, offrendo una piattaforma per esibirsi di fronte ad un vasto pubblico e ad una platea televisiva nazionale ed internazionale. Oltre al festival, Sanremo vanta una scena musicale vivace durante tutto l'anno, con locali e club che ospitano concerti di diversi generi. Inoltre, che sia una città dedita allo spettacolo lo si evince anche dalla statua di Mike Bongiorno visibile passeggiando per Corso Matteotti e dal fatto che anche il Premio Tenco, uno dei più importanti riconoscimenti musicali italiani⁵⁵, si svolge a Sanremo.

 $^{^{55}}$ Viene assegnato ogni anno dal 1974 in occasione del Festival di Sanremo, in omaggio al cantautore Luigi Tenco



Figura 59 L'entrata colorata e luminosa del Teatro Ariston

Perugia, il jazz

Tra le città italiane simbolo della musica spicca anche Perugia, ricordata soprattutto per il famosissimo Umbria Jazz Festival⁵⁶, divenuto un vero e proprio punto di riferimento nel mondo del jazz e delle sue manifestazioni anche a livello internazionale: dalla prima edizione nel 1973 al 2023, anno in cui ha festeggiato il 50esimo anniversario, il festival si è conquistato la fama di essere uno tra i migliori a livello di qualità musicale della penisola e tra i più rinomati a livello mondiale. La manifestazione si svolge nelle serate di inizio luglio, giorni in cui l'intera città e i suoi vicoli si riempiono di appassionati. Una piantina proposta dagli organizzatori del festival guida gli interessati tra i vari punti della città in cui è possibile assistere ai vari spettacoli. Il festival ha avuto talmente tanto successo che ne è stata sviluppata una versione invernale, l'Umbria Jazz Winter, che si svolge a Orvieto in location ridotte nel periodo natalizio.



Figura 60 La folla riunita per le strade per l'Umbria Jazz Festival 2023



Figura 61 Il jazz risuona per l'intera città

Figura 62 Monumento a Stradivari nella Piazza del Comune

Cremona, il violino

Cremona è la città della musica e la capitale mondiale della liuteria: la progettazione, il restauro e la realizzazione di strumenti artigianali ad arco, a corda e a pizzico sono il suo primo tratto caratterizzante. A Cremona ci sono più di 200 botteghe liutaie di antichissima tradizione e contraddistinte dall'elevata qualità del prodotto finito, tra le quali a livello mondiale si ricordano Stradivari, Amati e Guarneri. Ricca di arte, Cremona presenta magnifiche e affascinanti strutture architettoniche, come la sua Cattedrale; l'intera anima della città ruota intorno al violino e ai concerti di musica classica, e tra i luoghi da visitare vanno citati il Museo del Violino, l'Academia Cremonensis e la Collezione di Violini di Palazzo Comunale.



Figura 63 Cinque secoli di storia della liuteria al Museo del Violino

Ravello, la musica classica

Ravello è un piccolo comune della Costiera Amalfitana in provincia di Salerno, è ricchissimo di attività culturali che iniziano con la stagione primaverile e terminano a dicembre. I luoghi musicali in cui si svolgono gli eventi internazionali sono il famoso Auditorium Niemeyer e il gioiello di Ravello, Villa Rufolo, conosciuta anche come "giardino dell'anima", la cui bellezza, si dice, ispirò Wagner nella composizione del Parsifal; al compositore tedesco è dedicato il Festival divenuto sinonimo stesso della città e della quale porta il nome: il Ravello Festival è un'importante manifestazione musicale e culturale estiva a livello sia nazionale sia internazionale; la prima edizione avvenne in occasione del 70° anniversario della morte di Wagner e ad esibirsi fu l'Orchestra del Teatro San Carlo di Napoli, sotto la direzione di Hermann Scherchen e William Steinberg. Dal 2003 è la Fondazione Ravello ad occuparsi dell'organizzazione del festival che comprende eventi di musica classica, arte, cinema, che ruotano ogni anno intorno ad un tema diverso.

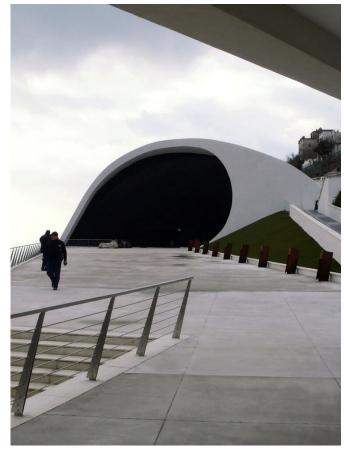


Figura 64 L'Auditorium Oscar Niemeyer



Figura 65 L'edizione 2023 del Ravello Festival

Figura 66 Sul palco del Festival si balla la pizzica

Melpignano, la pizzica salentina

Tra i luoghi simbolo della musica italiana si inserisce anche un piccolo paese della provincia di Lecce, distante 26 km dal capoluogo salentino e vicinissimo al mare. È qui che ogni anno si svolge La Notte della Taranta, il più grande festival d'Italia e una delle più significative manifestazioni sulla cultura popolare in Europa, dedicato alla riscoperta e alla valorizzazione della musica tradizionale salentina e alla sua fusione con altri linguaggi musicali, dalla world music al rock, dal jazz alla musica sinfonica.

Viene celebrata dunque la pizzica salentina⁵⁷, accompagnata dalla sua inscindibile danza e dai suoi tamburelli. Tradizionalmente la pizzica era il metodo più praticato per "esorcizzare" le donne tarantate e liberarle dal male che scorreva nel loro corpo, come si è visto precedentemente; nel corso del tempo questa musica e le sue danze hanno assunto la caratteristica di essere un rito collettivo, che non dimentica il passato ma lo rinnova arricchendolo attraverso la commistione con altri linguaggi musicali e stili.

 $^{^{57}}$ La pizzica, nata in Puglia nel Salento, è una variante della tarantella con ritmi più forti e scatenati.



Figura 67 Il pubblico suona l'iconico tamburello nella Notte della Taranta

Lucca, città di Puccini

Lucca e la musica costituiscono un binomio inseparabile. Le sue architetture, le strade e le piazze, persino l'Orto Botanico e gli spalti verdi delle Mura diventano un suggestivo palcoscenico naturale per spettacoli, concerti e festival di fama internazionale. Nel centro storico di Lucca si trova la casa in Corte San Lorenzo dove nacque e visse il celebre compositore Giacomo Puccini, che oggi è il Museo Pucciniano Casa Natale; sono numerosi i festival e le manifestazioni a lui dedicate. Dalle piazze che ospitano i monumenti dei grandi musicisti lucchesi, alla piazza Napoleone che oggi ospita il Lucca Summer Festival, uno dei più noti festival estivi di musica rock, dalle sale del Palazzo Ducale dove risuonarono le note di Niccolò Paganini, alla Cattedrale di San Martino dove i Puccini furono organisti per lungo tempo, i luoghi musicali sono quindi veramente numerosi.

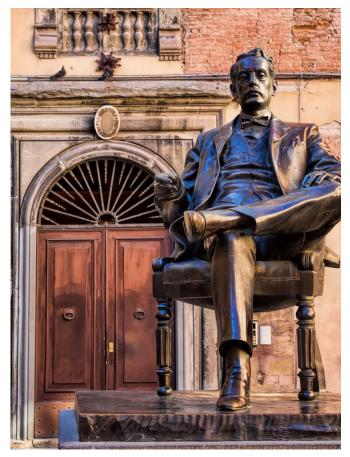


Figura 68 L'entrata del Museo Pucciniano in Piazza Cittadella



Figura 69 La folla al Lucca Summer Festival



Mappa 3 Riepilogo delle città citate con la loro caratteristica o luogo musicale iconico

3.3

Il consumo di musica in Italia

L'IFPI, l'organizzazione che rappresenta l'industria discografica in tutto il mondo, ha presentato a novembre 2022 il report Engaging with Music⁵⁸, analisi annuale che esplora i modi in cui le persone ascoltano, interagiscono e scoprono la musica nel mondo. Il target preso in esame è quello dei consumatori di musica tra i 16 e i 64 anni in ventidue Paesi nel mondo, mentre lo studio è stato condotto attraverso interviste somministrate tra giugno e settembre 2022.

Analizzando nello specifico i dati riguardanti l'Italia, è emerso soprattutto che nel 2022 il tempo trascorso ad ascoltare musica è aumentato del 7,3% rispetto al 2021, raggiungendo quota 20.5 ore a settimana; un dato che cresce fino quasi a 24 ore tra i ragazzi di 16-24 anni. Inoltre, un fan di musica ascolta in Italia in media 28 brani alla settimana⁵⁹.

20.5 +1.4 vs 2021 ore di ascolto di musica settimanale

28
media di brani
ascoltati a
settimana

modi diversi in cui si fruisce musica in Italia

14%

ha acquistato CD

9%

ha acquistato vinili

Inoltre è stato rilevato che, in media, sono sette le modalità più diffuse per ascoltare musica: dal video streaming di YouTube allo streaming in abbonamento, alla radio, ai dischi di vinile o CD, ai concerti, ai social media, fino a TikTok. Come si può vedere nel *Grafico 3*, il formato preferito per interagire con la musica in Italia è quello del video streaming, seguito dalla radio, dall'audio streaming, dalle app di short form video e dai social media.

Nel report dell'IFPI viene dunque mostrato come l'esplosione degli abbonamenti ai servizi streaming si sia confermata anche dopo la pandemia, con una costante crescita, guidata anche qui prevalentemente dalla generazione Z: il 70% dei consumatori italiani ascolta musica attraverso il formato audio streaming gratuiti e in abbonamento, in particolare oltre la metà dei giovani compresi tra i 16 e 24 anni utilizza i servizi di audio streaming a pagamento.

Tuttavia, l'esplosione dello streaming **non arresta** l'acquisto di musica fisica: nell'ultimo mese di analisi, settembre 2022, il 14% dei consumatori ha acquistato CD e il 9% vinili.

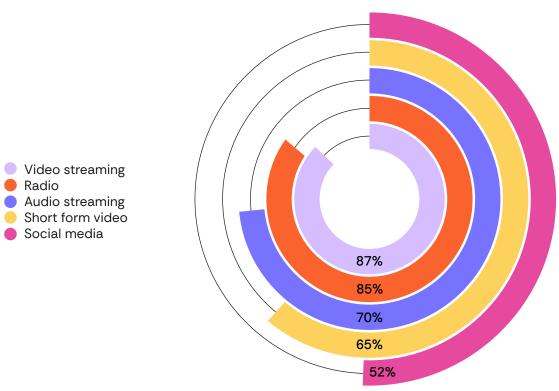


Grafico 3 I formati preferiti per interagire con la musica in Italia, elaborazione dei dati su fonte Engaging with Music IFPI

Un aspetto molto importante, come già rilevato durante la pandemia, è **quanto la musica sia stata importante per la collettività**. Il 64% degli ascoltatori di musica in Italia, quindi oltre la metà, ha ammesso come questa sia fondamentale per la propria salute mentale.

Lo studio ha anche evidenziato come l'esplosione delle nuove piattaforme di ascolto, le app di short-form video, si è affermata anche nello scenario italiano: infatti il 42% dei consumatori le utilizza e per il 58% il consumo di musica è centrale nell'utilizzo di queste applicazioni. Tra queste si ricordano in particolare TikTok, Instagram e YouTube, che hanno avuto un forte impatto sulle generazioni più giovani, al punto che il 38% dei ragazzi tra i 16-24 anni ha scoperto nuova musica proprio su queste piattaforme musicali di social media.

61%

afferma che la musica è fondamentale per la salute mentale

Lo smartphone si conferma essere il device più diffuso per consumare musica. Dati interessanti emergono anche dal legame tra musica e gaming, con il 44% dei rispondenti che hanno dichiarato di aver seguito un concerto in live streaming su una piattaforma come Fortnite o Roblox. In generale, il 28% dei rispondenti ha guardato musica in live streaming nell'ultimo mese.

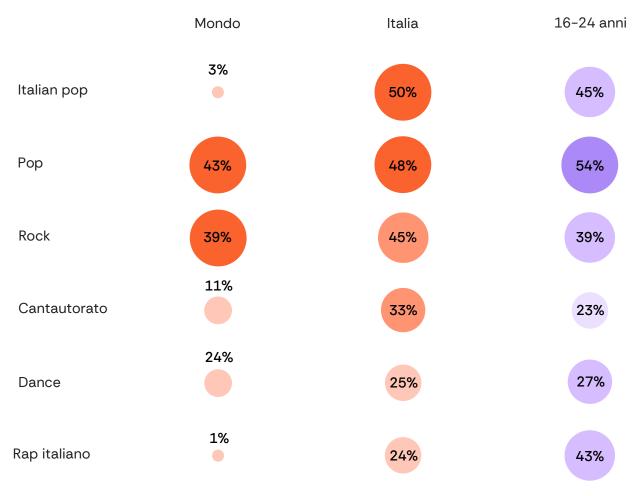
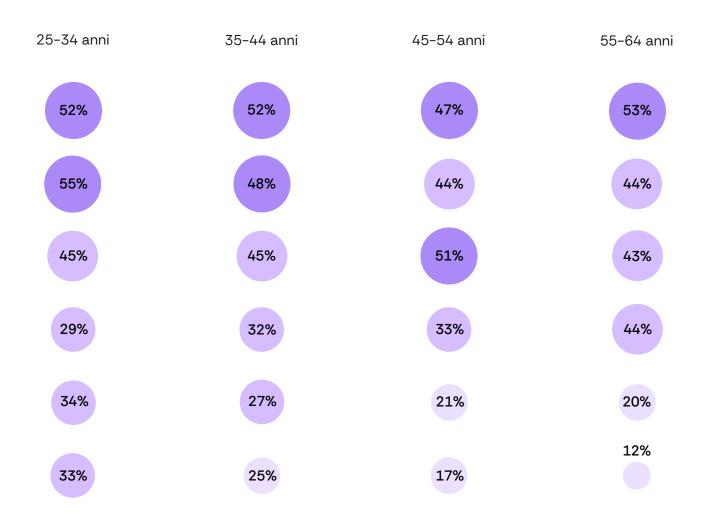


Grafico 4 I generi italiani più ascoltati in Italia e nel mondo, elaborazione dei dati su fonte Engaging with Music IFPI

Inoltre la musica italiana, come confermato anche dalle classifiche, domina i consumi nel nostro Paese, con il pop italiano che, da solo, realizza oltre il 50% degli ascolti nella popolazione, seguito dal pop straniero con il 48%, come si vede nel Grafico 3. Per quanto riguarda le fasce d'età, è interessante notare come gli ascolti del pop italiano e straniero siano distribuiti equamente nelle diverse generazioni, con minime differenze anche per il rock. La situazione cambia parecchio invece per il rap italiano che è ascoltato prevalentemente dalla generazione Z (43%), mentre dai 35 anni in su la percentuale di ascolto diminuisce drasticamente, con un discorso simile ma di spettro più ampio per la musica dance; al contrario, il cantautorato è ascoltato per il 44% dalla fascia 55-64 anni e diminuisce piano piano fino a toccare un basso 23% per la generazione Z.

In conclusione, è emerso che per il 72% degli italiani la musica non è mai stata così accessibile come oggi, disponendo di un'enorme varietà di musica e con così tante opzioni di ascolto. Una vera rivoluzione tecnologica e creativa che potrà solo far ulteriormente crescere le opportunità.

72%
afferma che mai
come oggi esistono
diversi modi per
fruire la musica



3.4

Il settore dello spettacolo dal vivo

In questo capitolo si vuole analizzare il settore dello spettacolo dal vivo a livello generale nazionale, facendo però approfondimenti e confronti in particolare con la regione Piemonte, siccome la tesi tratterà nello specifico la città di Torino.

La Legge Quadro per lo Spettacolo dal Vivo, nell'Articolo 1 recita: "La Repubblica riconosce lo spettacolo dal vivo patrimonio artistico del Paese e strumento di affermazione dell'identità culturale italiana nelle sue molteplici articolazioni; ne tutela la libera creatività ed espressione" e anche "Fanno parte dello spettacolo dal vivo il teatro, la musica, la danza, il circo e lo spettacolo viaggiante, comprese le attività degli artisti di strada e le diverse forme di teatro e di spettacolo urbano".60

Gli ultimi dieci anni circa sono stati caratterizzati da una crisi economica di portata eccezionale e da un generalizzato calo delle risorse pubbliche a disposizione per effetto della crisi globale che, per il comparto culturale a partire dal 2008, nella regione Piemonte ha significato il quasi

dimezzamento dei finanziamenti destinati alla cultura: da poco più di 400 milioni di euro erogati nella regione nel 2009 (da Stato, Regione, Comuni, Province, Fondazioni bancarie) ai circa 250 nel 2023, come si può vedere nel *Grafico* 5.

A tutto ciò si aggiunge un'ulteriore perdita di volume d'affari, causata dalla pandemia da Covid-19 e dal conseguente lockdown, quantificata in più di 200 milioni di euro solo per il 2020, seguita da un cammino in salita per la ripresa delle attività; ma successivamente la situazione è stata influenzata ancora più negativamente dalle conseguenze del conflitto in Ucraina, dall'impennata dei costi energetici che ha messo seriamente a rischio le strutture di più piccole dimensioni e da un risveglio impetuoso dell'inflazione.⁶¹

Dunque, è difficile pensare che in un tempo più o meno breve, usciti dall'occhio del ciclone si possa recuperare lo stato precedente, prima della tempesta.

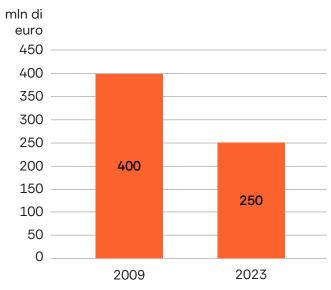


Grafico 5 Il quasi dimezzamento dei finanziamenti alla cultura nella regione Piemonte, elaborazione dei dati su fonte Osservatorio Culturale del Piemonte

Tra tutte le filiere del mondo della cultura, le attività di Spettacolo sono quelle che hanno maggiormente subito gli impatti negativi della pandemia dal punto di vista economico, organizzativo e produttivo.

A partire da marzo 2020 e per più di un anno, lunghi periodi di totale sospensione delle attività si sono alternati ad altrettanti momenti di limitazioni e restrizioni, che hanno determinato una crisi definita, da alcuni esperti del settore, la più grave dal Secondo Dopoguerra⁶². L'emergenza Covid ha contribuito a mettere in luce alcune criticità strutturali che si trascinavano, in Italia, da ben prima che il virus dilagasse nel Paese e nel mondo, delineando le fragilità di tutto il sistema dello spettacolo a partire dalle condizioni dei lavoratori che risultavano precarie e non garantite nell'ambito di contratti di lavoro continuativi; infatti, è un mondo che fa i conti con una dispersione di personale senza precedenti, da sempre composto da lavoratori e lavoratrici senza certezze e senza tutele adeguate⁶³, come vedremo in seguito. Dunque, la pandemia non è stata la causa scatenante della crisi, ma ha peggiorato la situazione⁶⁴.

Il dato interessante, date le limitazioni al movimento fisico delle persone, risiede nella massa critica di persone che ha utilizzato questi strumenti, abbandonando diffidenze e paure, e nel fatto che l'uso massiccio e continuato nel tempo di queste tecnologie ha modificato le modalità di condivisione sociale, soprattutto tra i giovani. Le sperimentazioni riguardano già da tempo la costruzione di spettacoli virtuali da fruire in remoto, concerti realizzati nel metaverso⁶⁵, o si può citare il fenomeno delle pop band in cui gli interpreti sono avatar costruiti con algoritmi di intelligenza artificiale che non solo cantano e ballano, ma rispondono, interagiscono e coltivano i rapporti con i fan.⁶⁶

A fronte di queste tendenze, tuttavia, una grande crescita del pubblico si riscontra nelle attività festivaliere e concertistiche, specie all'aperto, dove la condivisione fisica del luogo e dell'esperienza è nuovamente al centro dei desideri e delle modalità di fruizione, mentre non è così impetuosa la ripresa delle istituzioni culturali che offrono prodotti culturali in luoghi chiusi.

Inoltre, tra gli effetti profondi del periodo pandemico vi è il riversamento di moltissime attività, prima svolte in presenza, sulle piattaforme di comunicazione: infatti il Web per un grande numero di istituzioni culturali è diventato, nei momenti di chiusura totale, l'unico canale attraverso cui far sentire la propria voce, mentre i social e la comunicazione a distanza uno strumento indispensabile per mantenere e coltivare le relazioni sociali, personali e di lavoro per una larghissima ed eterogenea quota della popolazione nazionale.

⁶² Come afferma Antonio Taormina nel suo contributo "Le performing arts verso la ripresa" nell'Undicesimo rapporto "Io sono cultura" 2021 realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere e Regione Marche in collaborazione con l'Istituto per il Credito Sportivo.

 $^{^{65}}$ Si ricordano i concerti di Ariana Grande su Fortnite, quello dei BTS su Minecraft o di Lil Nas X su Roblox.

⁶⁶ Per esempio Mave, il gruppo sudcoreano formato da avatar digitali, o la cantante giapponese Hatsune Miku.

3.4.1

I lavoratori invisibili dello spettacolo

Come è stato anticipato nelle pagine precedenti, le maggiori istituzioni a livello internazionale ed europeo hanno stimato che l'impatto della pandemia è stato particolarmente duro per il settore dello spettacolo, specialmente per i lavoratori; essi infatti sono tra le categorie più colpite dagli effetti del Covid-19 a causa della chiusura di moltissime attività artistiche, che in alcuni periodi li ha costretti a rimanere non solo fermi al 100%, ma anche senza accesso alle tutele o ai sostegni economici.

- Lavorano nel settoreNon lavorano più nel settore
- Sono in cerca di lavoro nel settore
- Lavorano in un altro settore
- Sono in cerca di lavoro in un altro settore
- Non lavorano e non sono in cerca di lavoro

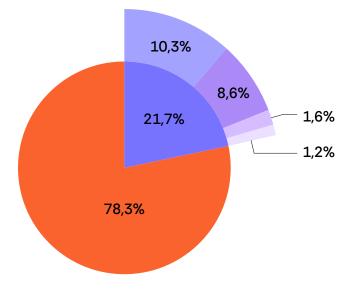


Grafico 6 Risposta degli italiani alla domanda: "Hai ricominciato a lavorare nell'ambito spettacolo/eventi?", elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc

La Fondazione Centro Studi Doc, che svolge attività di ricerca e documentazione per sostenere la dignità del lavoro, ha pubblicato uno studio⁶⁷ sulla situazione lavorativa del personale tecnico dello spettacolo a seguito della pandemia in Italia, condotto tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022 e basato sulla somministrazione di circa 1000 questionari.

Quello che è emerso è che, a causa degli effetti della pandemia, il settore dello spettacolo ha perso circa 8 miliardi di euro nel 2020 rispetto al 2019. Questo ha ovviamente avuto un impatto negativo sui lavoratori, che in alcuni periodi si sono trovati completamente fermi. Anche se la grande maggioranza dei lavoratori (78,3%) ha ripreso a lavorare nell'ambito dello spettacolo e degli eventi, un quinto dei tecnici (21,7%) non sta più lavorando nello spettacolo. Tra questi, il 10,3% sta comunque cercando ancora lavoro nel settore, il 10,2% ha deciso di cambiare ambito e l'1,2% non lavora e non è in cerca di lavoro⁶⁸, come si può evincere dal *Grafico* 6.

In riferimento sempre al gruppo tecnici, analizzando i dati rilevati dall'INPS⁶⁹ si osserva anche un **decremento pari al 19,8% del numero medio di giornate retribuite tra il 2019 e il 2020**, tenendo presente che il 2020 è stato l'anno più difficile per lo spettacolo dal vivo. A questo decremento di giornate corrisponde un **calo della retribuzione media nell'anno pari al 14,5%**, passando da 13.120 euro di media nel 2019 a 11.222 di media nel 2020. Questi dati, visibili nel *Grafico* 7, mostrano che la pandemia ha determinato sia una forte selezione con un'alta quota di personale escluso dal lavoro sia la contrazione delle giornate e delle retribuzioni di chi era ancora in grado, con tutti i limiti noti, di lavorare.



pandemia la maggior parte dei tecnici lavorava nel settore dei live, musica dal vivo e festival (43%), mentre il resto dei tecnici si divideva più o meno equamente tra il teatro (18%), il settore corporate dove congressi e convegni impiegavano il 15% dei tecnici, e l'ambito TV, cinema e broadcasting con il 14%. Invece tra i tecnici che non hanno ricominciato a lavorare, si osserva nel Grafico 9 che allo stesso tempo il settore che ha visto una maggior perdita di tecnici è stato proprio quello dei live, musica dal vivo e festival, con il 48% dei rispondenti al questionario che dichiara di non lavorare più in tale ambito e un'incidenza più alta rispetto al campione (48% invece di 43%). Lo stesso vale per il teatro, con il 20% dei tecnici che ha abbandonato il settore e un'incidenza più alta rispetto alla media dei rispondenti (20% invece di 18%). Questo conferma che i settori live, musica dal vivo, festival e teatro sono quelli in cui gli effetti della crisi legata alla pandemia sono stati più forti e infatti si tratta degli ambiti che hanno subito chiusure per periodi

più prolungati.

Come si vede nel *Grafico 8*, **nel periodo pre**-

Grafico 7 Il numero dei tecnici dello spettacolo in Italia, retribuzione media e numero medio di giornate retribuite negli anni 2019 e 2020, anno 2022, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc e INPS

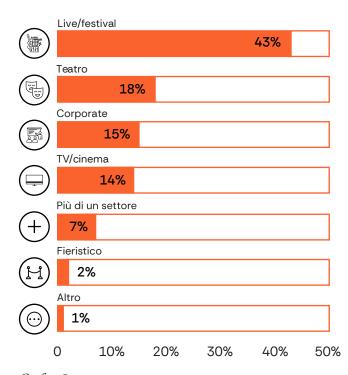
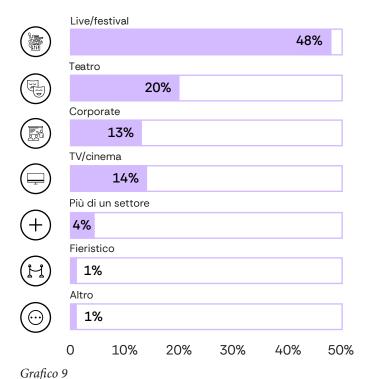


Grafico 8
Distribuzione nei settori dei tecnici nel pre pandemia in Italia, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc e INPS



In che settore lavoravano coloro che hanno abbandonato lo spettacolo post pandemia in Italia, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc e INPS

Il profilo di chi non lavora più nel settore

Dalla ricerca emerge che la crisi ha colpito soprattutto donne e lavoratori tra i 30 e i 50 anni che già nel 2019, quando ancora non si era entrati nel periodo della pandemia, contavano una retribuzione media annua di appena 10.664 euro, con meno di 1 giornata di lavoro su 3, spesso con una famiglia a carico o un mutuo. Si tratta soprattutto di lavoratori di basso-medio livello con impieghi stagionali e competenze difficilmente spendibili in altri settori dello spettacolo, ma ugualmente fondamentali perché un evento sia organizzato e realizzato.

Per la grande maggioranza (86%) di coloro che ad oggi lavorano in un settore diverso da quello dello spettacolo, la ragione principale della scelta è che non era più sostenibile lavorarci, specialmente a seguito della pandemia da Covid-19: dopo mesi di blocco del settore e in assenza di un sostegno proveniente dal Governo, molti lavoratori hanno visto i loro risparmi assottigliarsi e sono stati costretti a cercare un altro lavoro per sopravvivere; tra le altre ragioni, troviamo anche un 14% di persone che ha dichiarato di aver cambiato ambito per ragioni di crescita personale e un 10% per motivazioni familiari.

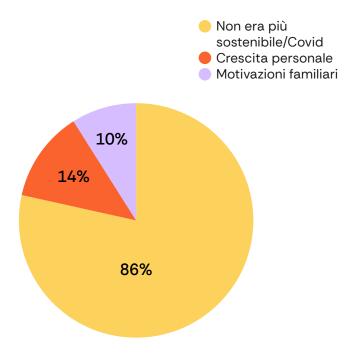


Grafico 10 Le motivazioni che hanno spinto a lasciare il settore in Italia, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc

Il profilo di chi lavora ancora nel settore

Tra chi ha ricominciato a lavorare nel settore (78,3%, *Grafico 6* alle pagine precedenti) si rileva un'incidenza maggiore rispetto al totale di professionisti impegnati nel settore dei live, la musica dal vivo e i festival (42%), come si può vedere nel *Grafico 11*. Si tratta di professionisti qualificati che lavorano nelle aree audio (41%), luci (21%) e video (16%) e che, nella maggior parte dei casi, hanno meno di 44 anni.

Tuttavia, l'età media resta alta e il ricambio generazionale non sembra essere sufficiente a coprire le esigenze di lavoro. L'impressione di chi lavora nel settore è che i giovani non sembrino essere attratti a lavorare in un ambito dove i compensi sono generalmente bassi e gli orari molto impegnativi, con la possibilità di lavorare anche nel fine settimana, nei festivi e la sera. Inoltre, i nuovi giovani che entrano nel settore non hanno ancora una job culture adatta per sostituire coloro che sono andati via, sia in termini di professionalizzazione che di conoscenza dei protocolli di sicurezza. Pur essendo i lavoratori meno qualificati quelli che hanno lasciato il settore, si tratta comunque di persone che avevano sviluppato competenze e

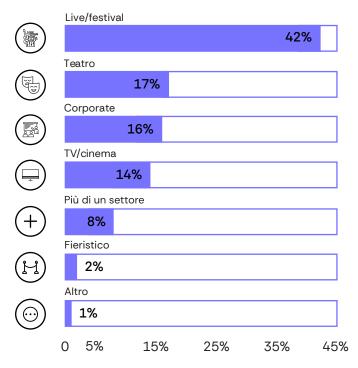


Grafico 11 Distribuzione nei settori dei tecnici che hanno continuato a lavorare dopo la pandemia in Italia, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc e INPS

conoscenze specifiche che erano necessarie per lavorare nello spettacolo. Come già detto, i risultati della ricerca mostrano anche che la crisi legata al Covid-19 non ha fatto altro che esacerbare le pregresse condizioni di fragilità di coloro che lavorano nello spettacolo in Italia. Infatti, i tecnici dello spettacolo sono abituati a lavorare per lunghi periodi fuori casa, con numerose trasferte in Italia e all'estero e con carichi di lavoro molto impegnativi durante il periodo di lavoro, che spesso è stagionale (ad esempio legato ad un tour o alla stagione invernale di un teatro). Lavorare nel campo dello spettacolo e dell'arte significa pertanto avere a che fare con molteplici clienti, discontinuità nei rapporti di lavoro, frammentazione dell'attività lavorativa, impossibilità di lavorare per lo stesso evento e nello stesso luogo per lunghi periodi. Proprio per questa intermittenza, eterogeneità e instabilità nel lavoro, i tecnici nella maggior parte dei casi non hanno contratti a tempo **indeterminato** e combinano lavoro dipendente e autonomo durante la loro carriera, sono scarsamente sindacalizzati e rappresentati; la maggior parte di loro si trova ancora isolata nel mercato del lavoro e soffre della mancanza di potere contrattuale, che spesso porta a lavorare in nero o ad accettare condizioni di lavoro con un alto livello di precarietà, con conseguenze negative in termini di sicurezza, salute e previdenza sociale. Una recente ulteriore ricerca della Fondazione Centro Studi Doc ha calcolato che in Italia nel 2018 l'ammontare dell'economia sommersa solo nel settore della musica dal vivo è stato di circa 4 miliardi di euro⁷⁰. Tra le principali cause del lavoro nero nell'industria dello spettacolo italiana vi sono l'eccessiva burocratizzazione del settore⁷¹, la speciale legislazione previdenziale che richiede l'esistenza di un datore di lavoro per i lavoratori dello spettacolo⁷², l'inadeguata conoscenza da parte dei lavoratori delle norme che guidano il settore di appartenenza⁷³ e i bassi investimenti nel settore da parte dello Stato italiano.

⁷¹ Attualmente in Italia non esiste una legge unica che regoli tutte le attività dello spettacolo e le relazioni tra i suoi numerosi attori.

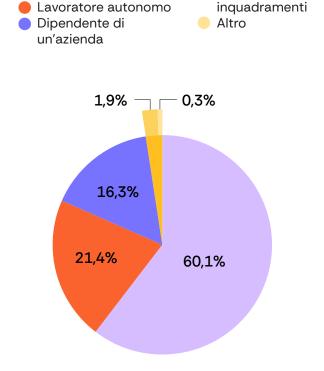
 $^{^{72}}$ Con tutta la burocrazia (per esempio la formazione obbligatoria sulla sicurezza) e i costi che comporta l'assunzione di un dipendente, anche solo per una prestazione.

Infine, a tutti i rispondenti al questionario è stato chiesto quali di quegli elementi che ritengono necessari per lavorare in condizioni di lavoro ottimali nel settore dovessero essere migliorati. Dai risultati nel *Grafico 12* emerge che gli elementi su cui bisognerebbe agire con urgenza sono i compensi adeguati alla mansione, indicati dal 63% dei rispondenti, le protezioni sociali garantite (58%) e i pagamenti certi e puntuali (53%).



Grafico 12 Gli elementi da migliorare nel settore dello spettacolo in Italia (max 3 scelte), elaborazione dei dati di Fondazione Centro Studi Doc

Per tutte queste ragioni, negli ultimi tempi in Italia si è osservato un aumento del numero di cooperative di spettacolo, modello di organizzazione già diffuso negli anni Ottanta, tramite cui alcuni musicisti e tecnici scelgono di riunirsi per poter lavorare in regola e ottenere riconoscimento professionale, e allo stesso tempo per essere liberi di gestire la propria specifica attività e "collaborare" nella cooperativa stessa dividendo i costi di gestione, gli investimenti e gli obiettivi come comunità. Oggi infatti oltre la metà dei tecnici (60,1%) lavora in cooperativa, mentre il 21,4% è lavoratore autonomo e il 16,3% è dipendente di un'azienda; solo il 2,2% utilizza contemporaneamente più gestioni fiscali, mantenendo ad esempio sia la Partita IVA che la posizione nella cooperativa, oppure cambiando spesso gestione fiscale a seconda delle attività lavorative, come si vede nel Grafico 13.



In cooperativa

Diversi

Grafico 13 Le motivazioni che hanno spinto a lasciare il settore in Italia, elaborazione dei dati su fonte Fondazione Centro Studi Doc

La professione dell'artista in musica

Per aiutare concretamente i lavoratori della musica e dello spettacolo dal vivo, messi in grave difficoltà dal blocco delle attività imposto durante i mesi del lockdown, alla fine del 2020 è stata promossa un'iniziativa di solidarietà collaborativa dagli artisti del mondo dello spettacolo e della musica italiana: questo progetto si chiama "Scena Unita - La storia e i risultati di un progetto innovativo di solidarietà creato per il settore della musica e dello spettacolo dal vivo".

Il fondo privato che si è costituito, gestito da Fondazione CESVI in collaborazione con La Musica Che Gira e Music Innovation Hub, ha raccolto complessivamente contributi per 4.780.000 euro, coinvolgendo 154 artisti⁷⁴ e più di 100 realtà aziendali, oltre ad altri donor privati; attraverso 3 bandi ed un progetto di formazione ha portato un contributo concreto a 1.601 lavoratori e lavoratrici, a 251 imprese individuali e un sostegno a 104 progetti realizzati e rendicontati⁷⁵. Scena Unita è stata soprattutto l'occasione per consolidare uno spazio di confronto.

Scena Unita è stata soprattutto l'occasione per consolidare uno spazio di confronto, collaborazione e condivisione tra i tanti e diversi soggetti che compongono l'ecosistema della musica e dello spettacolo dal vivo, che sotto la spinta dell'emergenza pandemica hanno compreso la necessità di definire delle istanze comuni e aprire un'interlocuzione univoca con le Istituzioni e con il Legislatore.

Si è così sviluppato un percorso che ha contribuito all'introduzione di importanti innovazioni legislative nell'ambito delle tutele e che ha iniziato a definire, anche in maniera esplicita, il perimetro, le capacità e gli impatti, economici e sociali, di quella che è a tutti gli effetti una filiera ampia e consolidata all'interno del più vasto settore dell'Industria culturale. Una filiera che si rivela essere particolarmente votata all'innovazione sociale e alla produzione di "valore aggiunto", materiale e immateriale, per i territori e la comunità.

Ernesto Assante, nel report di Scena Unita, dice: «Suonare non basta. Bisogna combattere per affermare la propria dignità, il proprio valore, addirittura alle volte il proprio posto nel mondo. Essere bravi non basta, non basta avere una cultura musicale e una grande capacità tecnica, non basta essere creativi ed appassionati. Non basta mai. Essere musicisti significa spesso, troppo spesso, dover superare un muro, alto e non scalfibile, che separa la parola "musica" da quella "lavoro"» e ancora «Il mondo della musica per molti, per tanti, è lavoro, fatica, impegno, orari incerti e paghe misere. Il mondo musica è sangue, sudore e lacrime, notti insonni e incertezza del futuro. Scena Unita significa, invece, che il mondo della musica possa essere più sano, più solido, che il lavoro venga riconosciuto e retribuito, che il futuro sia certo».

La situazione critica legata alla professione degli artisti è stata confermata ad oggi anche da alcune interviste svolte appositamente per questo lavoro di tesi. Tra tutti Gianluca Gozzi, direttore artistico del TOdays Festival, sostiene che «L'Italia in generale, e Torino⁷⁶ in particolare, è un paese in cui questa professione dello spettacolo dal vivo si basa abbastanza sull'improvvisazione, nel senso che non è una professione riconosciuta... L'abbiamo visto anche durante i tempi della pandemia, vieni trattato come quello che fa sorridere» e lo stesso discorso è stato affrontato anche da Emanuele Ansermino, ex direttore artistico del Jazz Club di Torino: «Durante la pandemia Conte ha fatto un discorso dicendo "Questi cari musicisti che tanto ci divertono" quando si parlava di dare dei sussidi, perchè ricordiamoci che nel primo periodo il musicista non aveva una posizione ATECO e quindi non aveva diritto ad alcun tipo di aiuto». Sulla questione di come viene trattato l'artista si sono espressi anche Alberto Corrado, musicista e fondatore dell'ARTeficIO Music Club di Torino, e Luca Vergano, produttore e chitarrista della band torinese Afrodream, che essendo entrambi direttamente musicisti hanno vissuto varie situazioni in prima persona e hanno raccontato

 $^{^{74}}$ Tra questi si sono ricordano in particolar modo Fedez, Vasco Rossi ed Emma Marrone

 $^{^{76}}$ Torino è stata menzionata nelle interviste in quanto sarà il tema centrale del progetto di tesi nei prossimi capitoli

che in Italia bisogna contrattare come al mercato per ricevere i soldi, mentre invece in paesi come Inghilterra, Francia o Germania non vengono fatti problemi sul cachet, non bisogna mai contrattare ma chiedere quello che si spetta e ciò viene dato.

Qui in Italia si fa fatica a mettere insieme le parole "intrattenimento" e "cultura", sostiene Gozzi, perchè si pensa che magari per cultura si intenda qualcosa di un po' noioso e l'intrattenimento sia invece qualcosa di fine a sé stesso, cosa che invece non accade in altri paesi, dove la qualità fa rima con divertimento, ovvero ci si diverte ascoltando buona musica, di più generi, e così facendo si fa anche cultura. «L'Italia adesso è un paese in cui mettere insieme intrattenimento e cultura, così come underground e mainstream, così come imprenditoria e cultura, è una cosa ancora un po' aliena e difficile da pensare» spiega Gozzi⁷⁷.

Sulla stessa scia, nel report di Scena Unita, Enrico Assante continua: «Basterebbe poco per far cambiare le cose, basterebbe che le istituzioni riconoscessero che quello che passa sotto il nome di "intrattenimento" o di "spettacolo", intrattiene molti, fa spettacolo di sé, ma è un'industria, con migliaia di addetti in tutto il paese, un'industria che lavora e produce e che avrebbe bisogno di riconoscimenti e di prospettive».

Anche questo aspetto è stato confermato grazie alle interviste svolte, in particolare da Gabriele Sinatra, direttore artistico del locale torinese sPAZIO211: «Come presidi culturali vorremmo anche sensibilizzare le amministrazioni che spesso fanno molta fatica a distinguere tra turismo, intrattenimento e cultura, associandoli tutti sotto la sfera del turismo e chiamandoli erroneamente "cultura"; ciò non vuole sminuire l'ambito del turismo, ma sono mondi diversi da trattare in maniera distinta, con effetti e ricadute diverse sul territorio».

Inoltre, un paradosso che è emerso con la pandemia è che l'offerta supera la domanda, cioè l'Italia è un paese in cui c'è più gente che suona di gente che va ai concerti e questa è una cosa sbagliata perchè va a saturare il mercato della musica live; l'offerta culturale dovrebbe rispondere ad una domanda reale e concreta del territorio, non sovrapporsi o superarla. Gianluca Gozzi spiega che il talento non è una cosa democratica, tutti hanno diritto a suonare ma non tutti necessariamente su un palco in un locale, anche perchè questo va a discapito della qualità delle esibizioni e di artisti davvero talentuosi che magari vengono lasciati indietro; facendo così ci sono troppe cose: ci sono più concerti di quelli che servono e di quelli che il pubblico si può permettere di pagare mentre dovrebbe essere il contrario, soprattutto dopo la pandemia. Infine, si inserisce nel discorso il commento dell'intervistato Daniele Citriniti, fondatore del locale torinese OffTopic e collaboratore del report stesso di Scena Unita: «Il Ministero e le istituzioni non conoscono le realtà del mondo dello spettacolo contemporaneo, e come fanno ad aiutarle se non le conoscono? Infatti il FUS⁷⁸ è stato un finanziamento "a pioggia", senza distinzioni... Sanno come funziona il Teatro San Carlo, però non sanno come funziona il nostro settore di cultura contemporanea. Come fare a farli muovere? Bisogna unirsi, fare fronte comune e informarli... ma il nostro settore purtroppo di coesione ne ha sempre avuta molto poca». Con questa affermazione è venuta alla luce una forte disparità tra il mondo della musica contemporanea e leggera e quello della musica classica, che si riscontra non solo nelle questioni amministrative e burocratiche ma anche nei luoghi adibiti per fare musica, ma su questo tema si tornerà nel Capitolo 4.

⁷⁸ Il Fondo Unico per lo Spettacolo, istituito dalla L. 163/1985 al fine di ridurre la frammentazione dell'intervento statale e la conseguente approvazione di apposite leggi di finanziamento, è attualmente il principale strumento di sostegno al settore dello spettacolo.

3.4.2

La ripresa dei concerti

La partecipazione culturale dei residenti in Piemonte alle attività culturali svolte fuori casa o in casa nel 2022 segna un marcato recupero rispetto all'anno precedente, ma resta molto distante dai livelli pre-pandemia⁷⁹.

Il 2022 ha segnato un cambio di passo e avviato, nonostante la congiuntura politica ed economica internazionale, un percorso di ripresa e rinnovamento del settore dello spettacolo e dell'intrattenimento in Piemonte e in Italia. Anche dall'Indagine sul Clima d'Opinione dei residenti nella regione sabauda realizzata da IRES Piemonte nei primi mesi del 2023⁸⁰, emerge un maggior coinvolgimento dei cittadini nelle pratiche culturali, con il 77% dei piemontesi rispondenti che svolge un qualche tipo di attività culturale a fronte del 69% dell'anno precedente.

Nonostante il dato incoraggiante, è bene segnalare che se già nel 2019 nessuno dei consumi culturali considerati dall'Indagine Istat⁸¹, ovvero cinema, musei, teatro, musica classica e leggera, lettura, riusciva a coinvolgere almeno la metà della popolazione piemontese, nell'ultimo biennio la quota si è ancor più assottigliata.

È interessante notare come dal *Grafico 14* emerga che il settore musicale, nonostante sia in risalita come vedremo, sia quello nel complesso meno partecipato, seguito dal teatro; al contrario, le attività culturali maggiormente svolte nel 2022 riguardano la lettura di libri, il cinema e i musei. Inoltre, si può anche notare come il campione dei piemontesi abbia partecipato leggermente di più a concerti di musica pop, rock e leggera (11,8%) rispetto al campione totale degli italiani (11,2%).

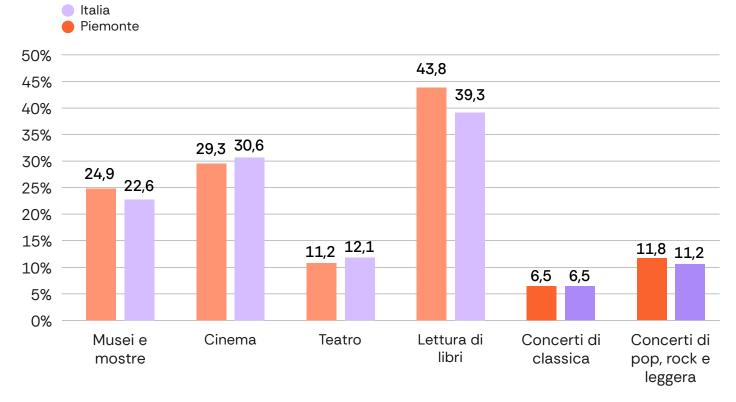


Grafico 14 Percentuale di piemontesi e italiani che hanno partecipato alle principali attività culturali nel corso del 2022, elaborazione OCP su dati ISTAT

⁸⁰ IRES Piemonte, "Clima d'opinione 2023" si tratta di un'indagine campionaria su preferenze e attitudini dei piemontesi realizzata ogni anno dal 1998, nel mese di febbraio.

Anche secondo i dati contenuti nell'Annuario Statistico dello Spettacolo della SIAE⁸² e nell'ultima Relazione Annuale dell'Osservatorio Culturale del Piemonte, il 2022 si può definire un anno sostanzialmente positivo per la musica dal vivo in Italia, con un generale miglioramento su tutti i fronti e la sensazione di un ritorno alla normalità, percepito specialmente a partire dalla primavera inoltrata, con la fine delle restrizioni e l'avvio di una nuova stagione di eventi all'aperto. La ripresa del settore dallo shock causato dalla pandemia da Covid-19 è resa evidente dai dati in notevole aumento nel 2021 e che superano, come si vedrà in alcuni casi, anche le cifre del 2019.

Sul territorio piemontese in particolare, l'indicazione pare confermata dalle presenze registrate in eventi, festival e attività di spettacolo dal vivo: a partire dalle affluenze registrate nel 2022 in occasione dell'Eurovision Song Contest (220 mila presenze tra PalaOlimpico ed Eurovillage allestito al Parco del Valentino, di cui si parlerà più nel dettaglio nel Capitolo 4), dalle 85 mila presenze al Kappa Futur Festival (erano 70 mila nel 2019), alle 50 mila di Collisioni e alle 35 mila di C2C, non si può non rilevare un certo entusiasmo nel tornare a vivere la dimensione live degli eventi culturali.

In particolare, oltre alla riprogrammazione di attività sospese nel biennio precedente, altre due sono le principali motivazioni sottostanti alla netta ripresa dell'attività concertistica nazionale: una maggior disponibilità di risorse pubbliche a supporto del settore e il ruolo delle venues di minori dimensioni e capacità, con una maggiore capillarità e distribuzione tra centro e periferia di manifestazioni anche di dimensioni modeste. Non solo i piccoli club si rivelano strategici e più gestibili in tempi post pandemici, ma anche i festival e le rassegne tendono in gran parte a ridimensionare le proprie capienze o a strutturare la programmazione con eventi di format diversi, con pubblico più raccolto⁸³, oppure a creare nuovi eventi, anche di modeste ambizioni in termini di

⁸³ Come rilevato nel Rapporto Io Sono Cultura 2022 realizzato da Symbola, alla sezione 3.12 "Nuovi equilibri e contraddizioni nella lenta ripresa del settore musicale", realizzato in collaborazione con Chiara Colli.

programmazione e audience, in altri luoghi più insoliti: questo appare particolarmente vero nel caso degli aggregati di musica pop, rock e leggera e di musica jazz, il cui numero di spettacoli dal vivo è aumentato in maniera sostanziale sugli anni precedenti, e in modo particolare nelle regioni di più piccole dimensioni, meno popolate o comunque in aree contrassegnate da una storica carenza di offerta, come si vedrà a breve nel dettaglio.

46%

del pubblico in Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna

Guardando al territorio, i risultati in termini di partecipazione non sono omogenei, bensì polarizzati in alcune regioni che hanno la possibilità di ospitare grandi eventi in importanti venues, in particolare per quanto riguarda la musica pop, rock e leggera ma anche la musica classica: Lombardia, Lazio, Emilia-Romagna, Toscana. Tuttavia, è da sottolineare che si tratta anche di regioni le cui Amministrazioni Pubbliche supportano attivamente e con stanziamenti significativi il comparto attraverso un sistema di co-finanziamento pubblico⁸⁴.

Gli introiti sono generalmente alti, ma con un'elevata variabilità tra regioni e generi musicali; infatti, è ampio il divario che si presenta tra le aree del Nord e del Centro Italia rispetto a quelle del Sud e alle Isole, con le prime che presentano spesso cifre sostanzialmente più elevate in tutte le variabili successivamente considerate (spettacoli, spettatori, spesa), e tra le diverse regioni.

⁸⁴ Sempre da "Nuovi equilibri e contraddizioni nella lenta ripresa del settore musicale" in Io Sono Cultura 2022: la ricerca include anche la Regione Puglia tra le amministrazioni più virtuose in termini di agevolazioni al settore, che pur a fronte di risultati degni di nota, specialmente se in confronto alle altre regioni dell'area meridionale del Paese, non rientra nelle prime regioni per indicatori di offerta.

La stagione a più elevata intensità, sul lato dell'offerta ma in special modo su quello della domanda, è quella estiva, con impatto su tutti i generi del macro-aggregato, ma in particolare per la musica pop, rock e leggera: il ritorno sul palco di artisti italiani e internazionali e la riprogrammazione di grandi concerti annullati o sospesi tra il 2020 e il 2021, e i numerosi festival sparsi sul territorio cresciuti notevolmente dopo la pandemia, hanno senz'altro avuto un impatto di primaria importanza e generato incrementi notevoli negli indicatori di pubblico e di spesa.

La musica pop, rock e leggera conserva, e per certi versi consolida, dunque, il suo ruolo di traino decisivo su tutto il comparto, superando qualsiasi risultato realizzato in tempi pre-Covid (con livelli di offerta e domanda pro-capite⁸⁵ che, sul territorio nazionale, registrano entrambi oltre +65% sul 2019) e si conferma il genere più amato e redditizio anche nel 2022: con circa il 57% degli spettacoli, quindi poco più della metà dell'offerta sul territorio, raccoglie la stragrande maggioranza degli spettatori con 20.894.726 persone e realizza la quasi totalità della spesa del comparto con 673.971.478 euro, come si evince dal *Grafico 15*. A seguire verranno analizzate nel dettaglio le tre macro-aree di genere musicale.

A giugno, luglio e agosto il

51%

degli spettatori del 2022

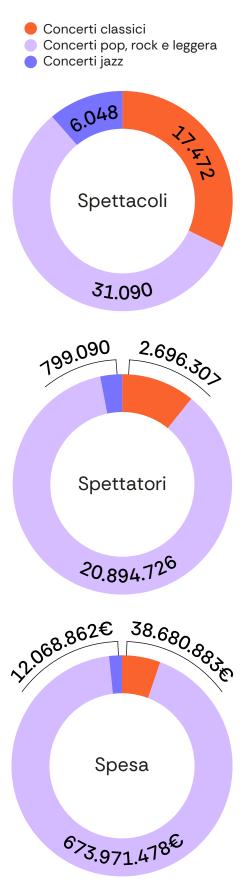


Grafico 15 Ripartizione delle 3 variabili primarie di analisi (3 S) per aggregato nel 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

⁸⁵ Calcolati nell'Annuario Statistico dello Spettacolo della SIAE rispettivamente come numero di spettacoli/1.000 abitanti e spettatori/1.000 abitanti.

La musica classica

Spettacoli

Ripresa netta dell'offerta nazionale, superati i risultati degli anni pre-Covid.

In Italia i concerti classici nel 2022 sono 17.472, per una densità di offerta nel Paese che ammonta a 0,30 spettacoli ogni 1000 abitanti. La ripresa è nettissima: non solo il numero di spettacoli registra un +57% sull'anno precedente ed è quasi triplicato sul 2020, ma supera addirittura i valori che hanno caratterizzato la situazione pre-pandemia.

I primi segnali di crescita più decisa nell'anno si evidenziano a partire dai mesi di marzo e aprile, dopo un inizio anno più fiacco, per poi mantenere una tendenza in positivo nell'arco di quasi tutti i restanti mesi dell'anno: dall'inizio alla fine del 2022 l'offerta praticamente si moltiplica, passando dai 690 spettacoli di gennaio ai 1.967 spettacoli realizzati in dicembre.

In estate l'attività tiene bene, con cali non troppo sostanziali nei mesi di giugno e agosto, mentre a luglio si registra il numero di spettacoli tra i più elevati, inferiore solo a quello realizzato negli ultimi due mesi dell'anno. In generale, nei mesi autunnali, con l'apertura delle nuove stagioni di programmazione e il superamento dello stato di emergenza sanitaria, le proposte al pubblico sono ben più numerose, complice il ritorno a una nuova normalità per l'accesso alle sale.

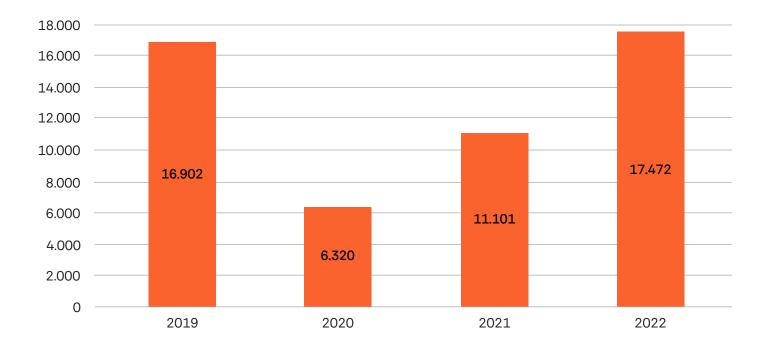


Grafico 16 Andamento del numero degli spettacoli di musica classica in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

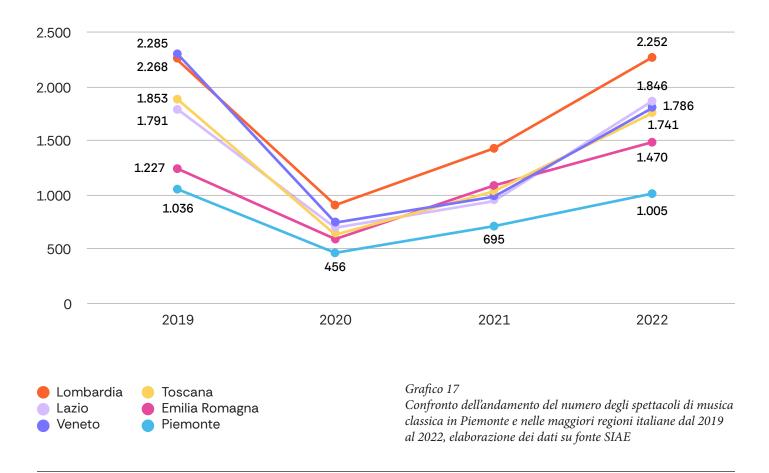
Osservando la distribuzione per macroaree geografiche non emergono forti squilibri, mentre si rilevano **livelli più elevati di densità di offerta in tutte le regioni del Centro Italia** (0,38 spettacoli ogni mille abitanti, +29% rispetto alla media-paese) **e del Nord-Est** (0,37 o +25%).

La regione più attiva è la Lombardia (2.252 spettacoli, pari al 12,9% del totale nazionale), seguita da Lazio e Veneto (rispettivamente 1.846 e 1.786 spettacoli, il 10,6% e il 10,2% del Paese). Il Piemonte si posiziona in ottava posizione con 1.005 spettacoli di musica classica, pari al 5,8% del totale italiano; come si può notare nel *Grafico 17*, il numero degli spettacoli è raddoppiato rispetto ai 456 nel 2020, che piano piano sono risaliti a 695 nel 2021, ma il risultato è ancora inferiore, anche

se di poco, ai livelli pre pandemici del 2019 (1.036).

Si segnalano poi i risultati realizzati da alcune regioni che, a fronte di valori residuali in termini assoluti, si distinguono per livelli di densità di offerta ben superiori alla media nazionale: si tratta della **Basilicata** (che con il 2,8% dell'offerta complessiva arriva a 0,52 spettacoli ogni mille abitanti, più alto della media nazionale del 77%) e del **Trentino Alto-Adige** (che ha il 3% di spettacoli sul totale nazionale ma una densità di offerta superiore alla media nazionale del 67%, ossia 0,49 spettacoli ogni mille abitanti).

La regione con il numero più basso di spettacoli è la Valle d'Aosta, dove se ne rileva meno di uno al mese.



Spettatori

La domanda riacquista vigore ma, dopo la pandemia, uno spettatore su sei deve ancora fare rientro in sala.

Gli spettatori di concerti classici ammontano nel 2022 a poco meno di 2,7 milioni di unità; il valore, pur in aumento sull'anno precedente (+120%), risulta ancora abbastanza distante dagli oltre 3 milioni riunitisi gli anni prima della pandemia (-18,4% sul 2019)⁸⁶.

Il totale degli spettatori dei concerti classici è circa l'**11% del pubblico dei concerti in Italia**; la domanda è 45,68 spettatori ogni mille abitanti, nove volte inferiore a quella rilevata in media per l'intero comparto⁸⁷.

Nonostante il rinnovato vigore dal lato dell'offerta, la domanda segue con maggiore affanno: il risultato in termini di affluenza media, 154 spettatori per rappresentazione nel 2022, è marcatamente positivo rispetto al 2021 (anno in cui il dato è il più basso del quinquennio considerato e pari a 110), ma il valore è lontano dai livelli raggiunti prima della pandemia (-27% sul 2019)⁸⁸.

⁸⁷ Come già sottolineato precedentemente, la domanda dell'intero macroaggregato è fortemente influenzata dall'andamento del settore dei Concerti di musica Pop, Rock e Leggera.

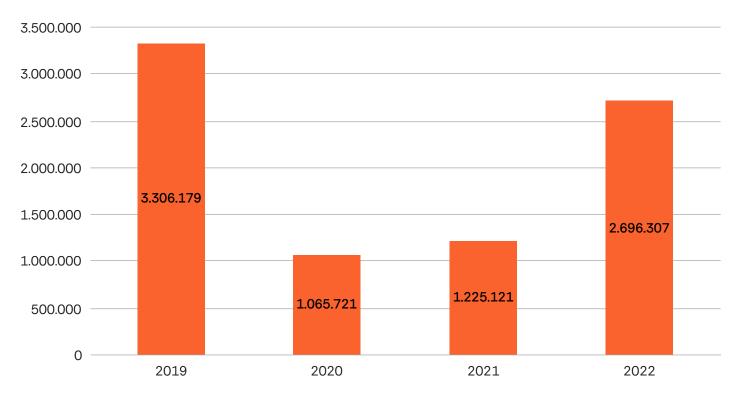


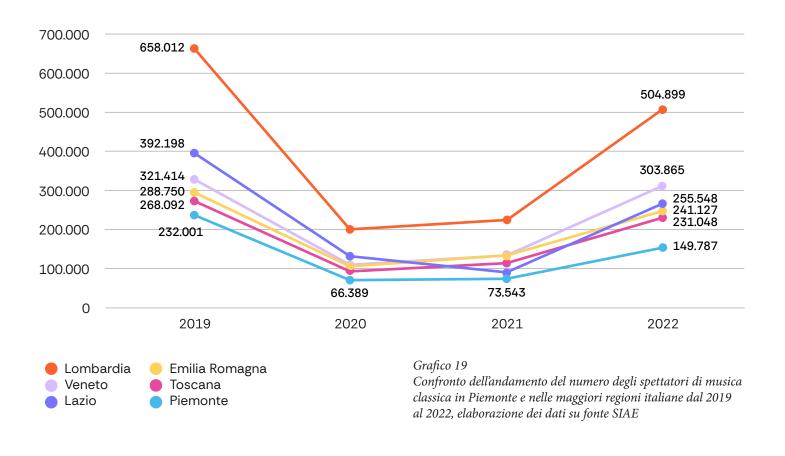
Grafico 18 Andamento del numero degli spettatori di musica classica in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

88 L'affluenza media nel 2020 era circa 175 spettatori per rappresentazione, mentre per il 2019 arrivava a 212. Il divario negativo rilevato tra 2020 e 2019 è da attribuirsi, da una parte, alle limitazioni occorse nella seconda metà del 2020, dove, in seguito alla riapertura delle sale e degli spazi all'aperto, l'accesso al pubblico è rimasto comunque fortemente limitato per garantire il rispetto del distanziamento sociale, dall'altra alla reticenza di parte del pubblico, specialmente quello meno giovane, a fare ritorno in sala.

⁸⁶ Il 2019, inoltre, risultava già in perdita sull'anno precedente per un ammontare di circa 120 mila unità (-3,5%).

Nell'area del Nord-Ovest si concentra il maggior numero di spettatori, imputabili in larga parte alla Lombardia, dove è presente tra tutti il Teatro alla Scala: la regione ha i dati di affluenza più alti d'Italia, sia rispetto ai valori assoluti, se ne rilevano oltre 500 mila, sia in termini di affluenza, con un valore calcolato di circa 224 spettatori per ogni rappresentazione (+45% sulla mediapaese). Tuttavia, è il Nord-Est l'area dove si rileva maggiore partecipazione territoriale, con valori di domanda indicizzata che superano ampiamente, in tutte le regioni di pertinenza, il dato nazionale⁸⁹; nel Nord-Ovest tale valore è, invece, sostanzialmente allineato alla media-paese.

Anche per quanto riguarda la domanda, il Piemonte si posiziona in ottava posizione con 149.787 spettatori di musica classica, pari al 5,6% del totale italiano; come si può notare nel *Grafico 19*, il numero degli spettatori è raddoppiato rispetto ai 73.543 nel 2021, ma il risultato è ancora abbastanza inferiore (-35,4%) rispetto al pubblico del 2019, che segnava 232.001 persone.



⁸⁹ In particolare, in Trentino-Alto Adige si registra un valore di 75,13 spettatori/1.000 abitanti (ca. +64%).

• Spesa

La spesa individuale tiene, ma gli incassi soffrono la contrazione della domanda.

Nel 2022 i concerti classici in Italia realizzano 38,68 milioni di euro: una spesa complessiva quasi due volte quella incassata nel 2021 (poco più di 20 milioni). C'è ancora un ampio margine da realizzare affinché sia raggiunto un livello di introiti analogo a quello del biennio pre-pandemico, durante il quale la spesa complessiva si aggirava intorno ai 50 milioni ogni anno (-21% sul 2019).

I mancati incassi sono perlopiù da attribuirsi al deficit di pubblico: la differenza tra spesa media individuale del 2022 con lo stesso valore realizzato nel 2019 è, infatti, ben più residuale, neutralizzando l'incremento registrato nel 2021: nel 2022 è infatti pari a 14,35 euro, inferiore del 4,5% rispetto all'importo mediamente speso da ogni singolo spettatore nel 2019, circa 15 euro, come si può osservare nel *Grafico 21* che riporta il trend dei due

2.214€

l'incasso generato da ciascun concerto classico (-31% vs 2019)

indicatori di incasso medio e spesa individuale, osservabile tra il 2018 e il 2022.

Come già rilevato, l'offerta ha recuperato molto più in fretta della domanda: non c'è da stupirsi, dunque, che l'indicatore relativo all'incasso medio realizzato da una rappresentazione è circa un terzo inferiore ai livelli pre-pandemici, passando dai 3.189 euro del 2019 ai 2.214 euro del 2022.

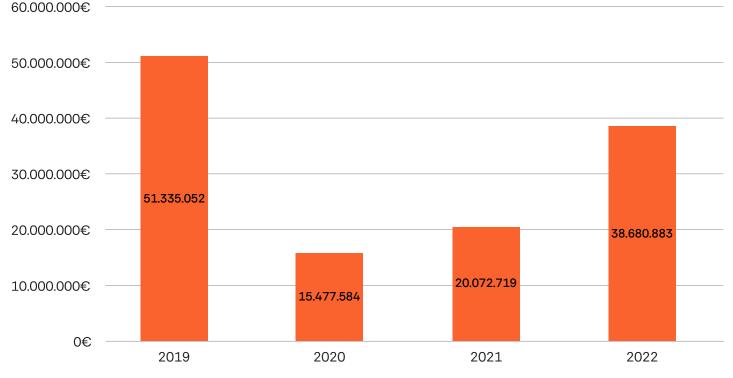


Grafico 20 Andamento della spesa dei concerti di musica classica in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

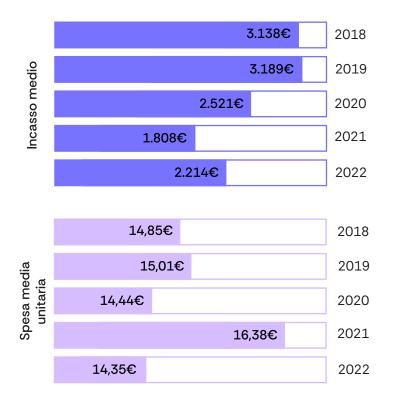
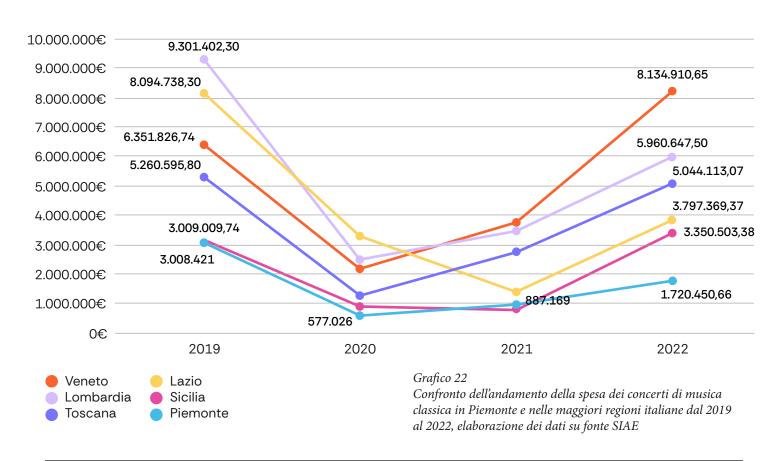


Grafico 21 Relazione tra incasso medio di un concerto di musica classica in Italia e spesa media unitaria sostenuta da uno spettatore tra il 2018 e il 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

Nel corso del 2022, livelli di spesa più elevati sono stati registrati nel mese di luglio che, da solo, vale il 14% della spesa annuale, con oltre 25 euro spesi in media da ciascuno spettatore (+76% sulla media annuale) e portando gli incassi ad una media di 3.101 euro per spettacolo. Tuttavia, non si può affermare che si tratti di un fenomeno che riguarda tutta la stagione estiva: infatti i mesi di giugno e agosto presentano, al contrario, valori al di sotto della media. La distribuzione geografica della spesa è meno bilanciata rispetto all'offerta: oltre un quinto della spesa complessiva va, infatti, al Veneto (più di 8 milioni di euro) seguito, anche se con distacco, dalla Lombardia (poco meno di 6 milioni) e dalla **Toscana** (5 milioni di euro circa). Il Piemonte si posiziona settimo nella classifica della spesa nazionale con 1.720.450,66 euro (il 4,45% del totale italiano); nonostante il valore sia quasi raddoppiato rispetto al 2021, segna un drammatico -42,8% rispetto al 2019, quindi la spesa piemontese per la musica classica nel 2022 è quasi dimezzata rispetto al periodo pre pandemico, come è visibile nel Grafico 22.



La musica pop, rock e leggera

Spettacoli

Offerta sempre più ampia e diffusa sul territorio, specialmente in estate.

Un rinnovato fermento nel settore dei concerti di musica pop, rock e leggera era percepibile già nel 2021, quando gli spettacoli erano raddoppiati rispetto al 2020 (Grafico 23), anno zero della pandemia, complice anche la possibilità data dai numerosi locali all'aperto in tutta Italia, seppur con capacità limitate. Tuttavia, è per il 2022 che si può parlare di esplosione vera e propria, infatti con oltre 31 mila concerti (+182% sull'anno precedente), si è superato di gran lunga il livello di offerta nazionale prima della pandemia (+70% sul 2019). Come già è stato detto, parte di questa crescita può essere spiegata con la riprogrammazione dei concerti inizialmente previsti nel 2020 o nel 2021 e poi rimandati, una o più volte, per questioni di sicurezza e in

56%

dei concerti pop, rock e leggera ha luogo in estate

ottemperanza alle normative messe in atto per limitare il contagio del virus Covid-19. Anche in questo caso si può percepire la ripresa vera e propria dai mesi di marzo e aprile, dopo i primi due mesi dell'anno caratterizzati da un'offerta molto più scarsa.

L'estate si conferma la stagione dei concerti per la musica pop, rock e leggera: il 56% degli spettacoli si concentra nel periodo tra giugno e settembre, mentre dicembre presenta valori alti

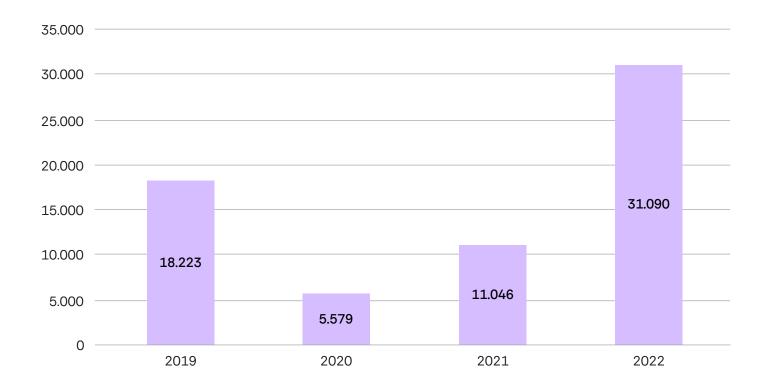


Grafico 23 Andamento del numero degli spettacoli di musica pop, rock e leggera in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati SIAE

⁹⁰ Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Lazio e Toscana.

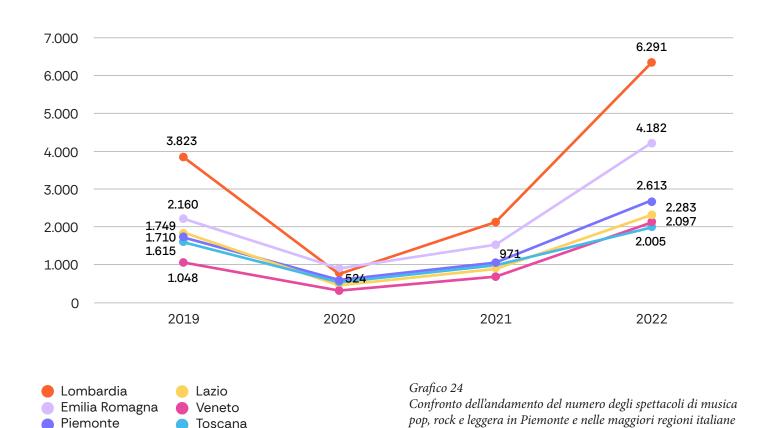
⁹¹ Tuttavia, vale la pena in questo caso menzionare i casi di Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige, che con 0,85 e 0,81 spettacoli ogni mille abitanti hanno registrano valori superiori alla media del 62% e del 54%, valori ben superiori a quelli della Lombardia.

ma non decisamente superiori alla media. Oltre la metà degli spettacoli si concentra al Nord Italia e in particolare in Lombardia (in cui ha luogo il 20% dell'offerta nazionale con quasi 6,3mila eventi), grazie soprattutto all'arena di San Siro. Segue l'Emilia-Romagna con poco meno di 4,2mila spettacoli e la più elevata densità di offerta (0,95 spettacoli ogni mille abitanti).

Il Piemonte si posiziona sul podio al terzo posto con 2.613 spettacoli di musica pop, rock e leggera, ospitati prevalentemente al PalaAlpitour e allo Stadio Olimpico Grande di Torino, raggiungendo l'8,40% sul territorio nazionale; questo numero rappresenta quasi il triplo degli eventi organizzati nel 2021 (971), e il saldo è molto positivo anche rispetto al 2019 con un +52,8% (*Grafico 24*).

Valori più contenuti nel Lazio, che ospita il 7,3% dell'offerta nazionale (quasi 2,3 mila spettacoli). La densità d'offerta è molto variegata sul territorio ma ciò dipende dalle capacità attrattive e organizzative delle aree e delle regioni d'Italia. Poche regioni⁹⁰ infatti riescono a catalizzare un numero maggiore di eventi, spesso anche i più prestigiosi e dalla maggiore capacità attrattiva grazie alla disponibilità di infrastrutture e location adeguate. Inoltre, va sottolineato che le regioni che presentano più elevati tassi di crescita nell'offerta, ben superiori alla tendenza nazionale e specialmente in confronto agli anni antecedenti alla pandemia, sono Abruzzo, Basilicata, Calabria e, in particolare, il Molise, dove con appena 274 concerti (0,9% dell'offerta nazionale) si registra la seconda più alta densità di offerta in Italia dopo l'Emilia-Romagna (0,94 spettacoli ogni mille abitanti)91.

dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE



Spettatori

La domanda esplode, innescata dall'effetto grandi eventi e dalle nuove tendenze nell'offerta.

Come osservato precedentemente, l'aggregato dei concerti di musica pop, rock e leggera è quello che più si distingue per una vigorosa rinascita sugli anni della pandemia e sembra che, anzi, stia addirittura vivendo un periodo d'oro grazie, almeno in parte, agli effetti che i lockdown hanno avuto sulla volontà di aggregazione delle persone, specialmente nelle fasce di popolazione più giovane. A conferma di questa affermazione, sono quasi 20,9 milioni gli spettatori registrati nel 2022, una crescita esponenziale dopo la contrazione del biennio precedente (+573% sugli "appena" 3 milioni di spettatori del 2021); rispetto al 2019, inoltre, si registrano quasi 8 milioni di spettatori in più (+65,7%).

+8%

milioni di spettatori dopo la pandemia

Le caratteristiche dei grandi eventi di musica pop, rock e leggera sono da tenere in considerazione nella lettura dei dati, che variano molto sul territorio e nel corso dell'anno; infatti, come anticipato precedentemente le location come piazze, arene, stadi e palasport hanno capacità di gran lunga superiori alle venues utilizzate per qualsiasi altra categoria di spettacolo, anche non culturale⁹², e hanno forte capacità di attrazione di pubblico proveniente anche da altre province e regioni.

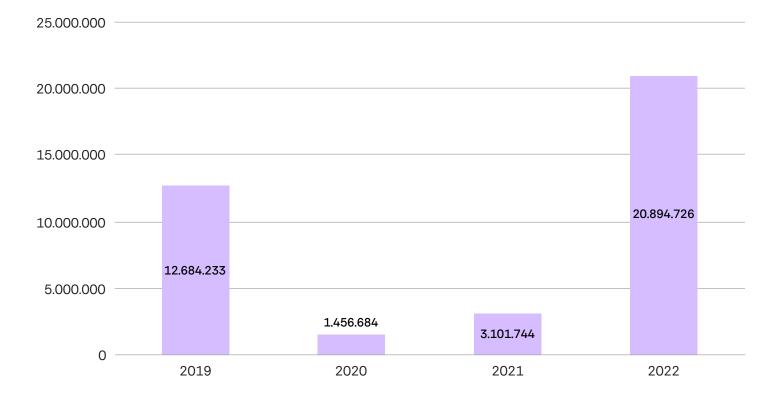


Grafico 25 Andamento del numero degli spettatori di musica pop, rock e leggera in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

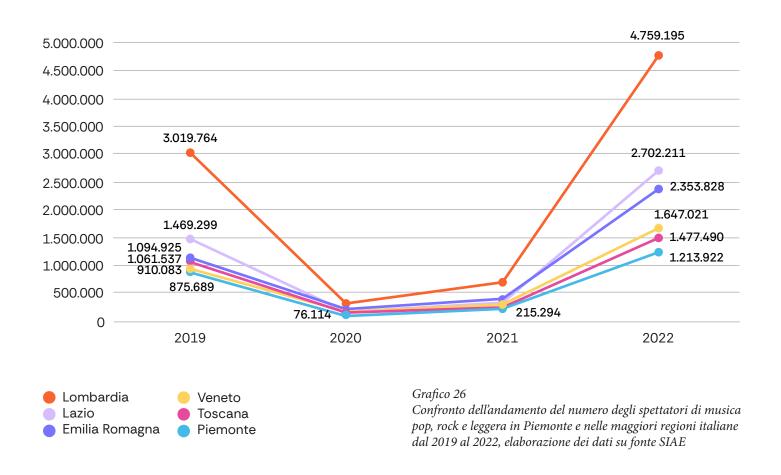
⁹² Può fare eccezione lo sport, in particolare il calcio, considerando la peculiare popolarità che ha nel nostro paese e che non è lontanamente eguagliata da manifestazioni sportive di qualsiasi altro tipo.

⁹³ L'unico dato più alto si registra in Emilia-Romagna (circa 532 spettatori ogni mille abitanti), dove però la programmazione di grandi eventi è rilevante (ad esempio all'Arena Unipol di Bologna o al Campovolo di Reggio Emilia).

Con questa premessa si sottolinea comunque che in Italia, nel 2022, per ogni mille abitanti si rilevano 354 spettatori di concerti di musica pop, rock e leggera, valore quasi 8 volte superiore a quello rilevato per i concerti di musica classica e oltre 26 volte superiore a quelli jazz. Tra le regioni la Lombardia stacca tutti per numero di spettatori con quasi 5 milioni di persone, seguita dal Lazio (1.184 spettatori per evento, contro i 757 della Lombardia) e dall'Emilia Romagna. Il Piemonte si posiziona al settimo posto con 1.213.922 spettatori, pari al 5,81% del pubblico italiano; questo valore è più di cinque volte superiore ai 215.294 spettatori del 2021 (+463,8%), e supera di gran lunga anche i risultati ottenuti nel 2019, anno che ha raccolto 875.689 persone (+38,6%).

Livelli di partecipazione particolarmente degni di nota si rilevano anche per le Marche, con 524 spettatori ogni mille abitanti (+48% del valore medio nazionale)⁹³. La partecipazione è notevolmente inferiore alla media nazionale al Sud (-29%) e, soprattutto, nelle Isole (-49%), anche a causa di un numero di concerti inferiore e al fatto che i grandi eventi si concentrino spesso in venues del Nord e del Centro Italia.

L'affluenza media registrata nel 2022, ovvero 672 spettatori per ogni evento, è ancora in lieve calo sul 2019 (-2,9%) ma supera il dato del 2018: più pubblico, è vero, ma anche molti più eventi, con un effetto di parziale frammentazione della domanda.



• Spesa

In flessione la spesa media unitaria, che resta comunque tra le più alte dello spettacolo.

Come le altre variabili primarie considerate, anche la spesa complessiva, di quasi 674 milioni di euro, è in aumento rispetto al periodo della pandemia (+676% sul 2021) e anche sugli anni precedenti (+48,6% sul 2019). L'andamento della spesa nel corso dell'anno conferma la funzione trainante che rivestono i grandi eventi musicali estivi nei confronti delle statistiche dell'intero aggregato: il 75% della spesa complessiva, infatti, si concentra nel periodo tra maggio e settembre.

In calo la spesa media individuale, che si attesta per il 2022 a 32,26 euro;

32,26€

spesi in media da ogni spettatore

nonostante ciò, quella della musica pop, rock e leggera rimane la più elevata tra i tre generi che compongono il settore dei concerti. È da considerare, tuttavia, che i prezzi dei grandi concerti raggiungono facilmente cifre molto più elevate e che è importante tenere conto di una grande variabilità del dato in base alla tipologia dell'evento e al prestigio dell'ospite⁹⁴.

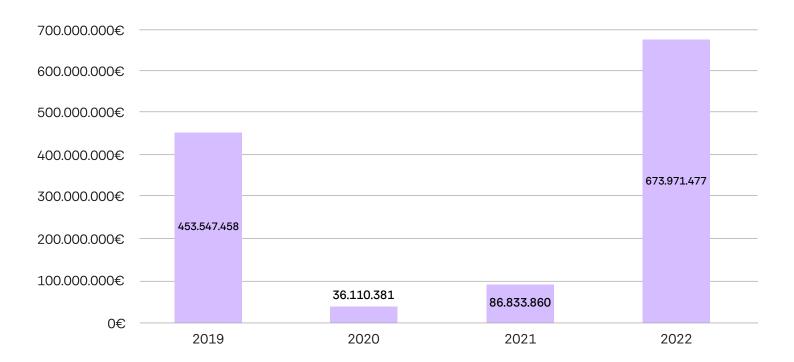


Grafico 27 Andamento della spesa dei concerti di musica pop, rock e leggera in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati SIAE

 $^{^{94}}$ Fenomeno che la visualizzazione dei dati in maniera aggregata non consente di valutare.

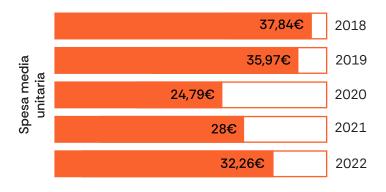
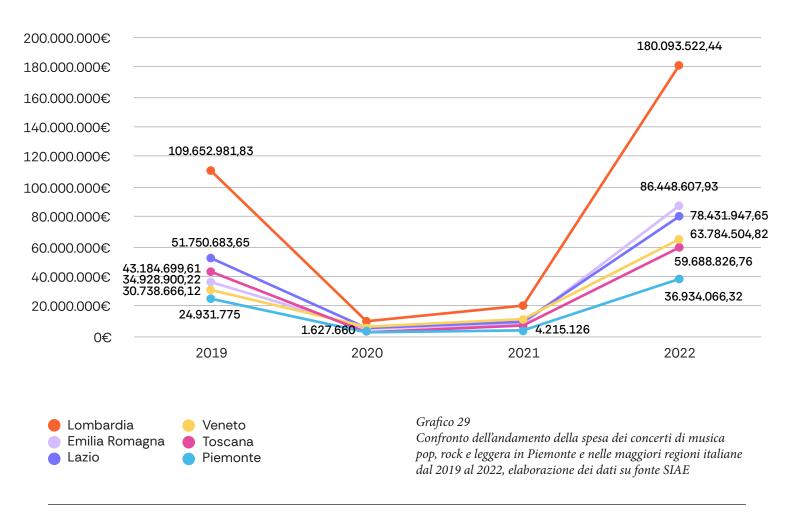


Grafico 28 Spesa media unitaria sostenuta da uno spettatore tra il 2018 e il 2022 per un concerto di musica pop, rock e leggera in Italia, elaborazione dei dati su fonte SIAE

Un quarto della spesa, poco più di 180 milioni di euro, è generato in Lombardia (nell'area del Nord-ovest in totale si arriva a 226,8 milioni); la regione, da sola, eguaglia la spesa che si rileva nell'area del Nord-est. I valori sono molto più contenuti nel Sud e nelle Isole, in cui anche la spesa media è sostanzialmente più bassa del valore medio nazionale.

Nel *Grafico 29* si vede che **la spesa dei piemontesi** si attesta al sesto posto tra le regioni con circa 37 milioni di euro, il 5,48% della spesa totale italiana, valore di gran lunga superiore alla spesa del 2021 (+776,2%) e comunque in crescita rispetto al 2019 (+48%).



La musica jazz

Spettacoli

Dopo la pandemia l'offerta jazz diviene più ampia e diffusa sul territorio.

Con poco più di 6mila eventi live, il jazz rappresenta poco più di un decimo (11,1%) del totale dei concerti in Italia nel 2022, con una densità di appena 0,1 spettacoli ogni mille abitanti. Tuttavia, oltre ad una buona ripresa sul 2021 (+55%), è da rilevare un nuovo vigore della programmazione del genere, che migliora notevolmente anche rispetto agli anni prima della pandemia (+28%), come si può osservare nel *Grafico 30*.

Rispetto agli altri generi musicali in osservazione, si percepiscono più lentamente segnali di ripresa sull'anno precedente, con la programmazione che cresce da giugno, in concomitanza con la stagione estiva, e registra

6.048 concerti jazz nel 2022

picchi a luglio con 1.129 concerti; già a partire dal mese di agosto il numero di concerti è in calo (750) e a settembre torna ad allinearsi sul valore medio, per risalire solo alla fine dell'anno (dicembre registra quota 685 spettacoli in tutta Italia). La distribuzione della programmazione sulle cinque macroaree geografiche è relativamente omogenea, con una concentrazione lievemente più marcata al Centro Italia (24,6%). Le regioni con maggiori livelli di offerta sono Lombardia

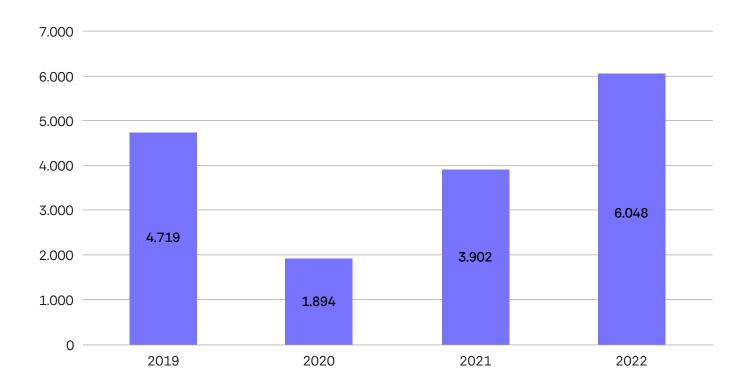


Grafico 30 Andamento del numero degli spettacoli di musica jazz in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

(907 eventi, 15% del dato nazionale), Lazio (639, il 10,6%) ed Emilia-Romagna (597, poco meno del 10%). Il Piemonte, nonostante Torino sia riconosciuta come la patria del jazz (come vedremo nel Capitolo 4), si posiziona ad un non troppo alto sesto posto in classifica per numero di spettacoli con 426 eventi, il 7,04% del totale italiano; analizzando i diversi anni, gli spettacoli di musica jazz in Piemonte sono aumentati anche se in maniera più controllata rispetto alle altre due macro aree musicali, ma si segnala comunque un'ottima ripresa anche sul 2019 con un +71%, come si può notare nel Grafico 31. È interessante notare che, sul quinquennio 2018-2022, la programmazione è cresciuta in particolare modo in Lazio, ma anche in regioni

Toscana

Piemonte

Lazio

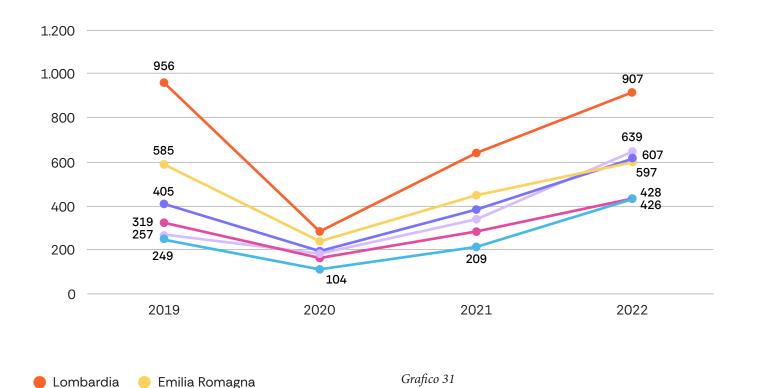
Sicilia

che solitamente presentano quote molto basse di offerta di spettacolo, come Abruzzo, Liguria, Molise e Sardegna: l'ipotesi è che ci sia una tendenza, da parte delle organizzazioni, a orientarsi verso un'offerta più diffusa sul territorio, andando a colmare vuoti di offerta e scovare nuove nicchie di pubblico. Infine, si segnala un buon livello di programmazione nelle due Isole (circa il 13% dell'offerta nazionale) che supera, anche se non di molto, i volumi registrati al Sud Italia. In particolare si rileva che la Sardegna, con 415 spettacoli, è la regione italiana a più elevata densità di offerta, con 0,26 spettacoli ogni mille abitanti, pari a due volte e mezzo la media nazionale. Al Sud Italia si distingue la regione Puglia con 376 concerti (6,2% sul dato nazionale).

Confronto dell'andamento del numero degli spettacoli di musica

jazz in Piemonte e nelle maggiori regioni italiane dal 2019 al

2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE



Spettatori

Nuove nicchie di mercato spingono la domanda in molte regioni del Paese.

Con poco meno di 800 mila spettatori, il pubblico del jazz cresce quasi dell'80% sull'anno precedente e anche sul 2019, sul quale guadagna circa 110 mila spettatori (circa il 15,8% in più). Sul totale realizzato dal macro-aggregato dei Concerti, quelli del genere jazz raccolgono appena il 3,3% del pubblico, una quota residuale e in leggero calo rispetto alla situazione pre-pandemica (nel 2018 valeva circa il 4,5%): tuttavia bisogna tenere a mente, guardando i rapporti tra i diversi generi, che si tratta di un genere più ricercato e che rende meglio in location di piccole o medie dimensioni⁹⁵.

3,3%

del totale del pubblico dei concerti

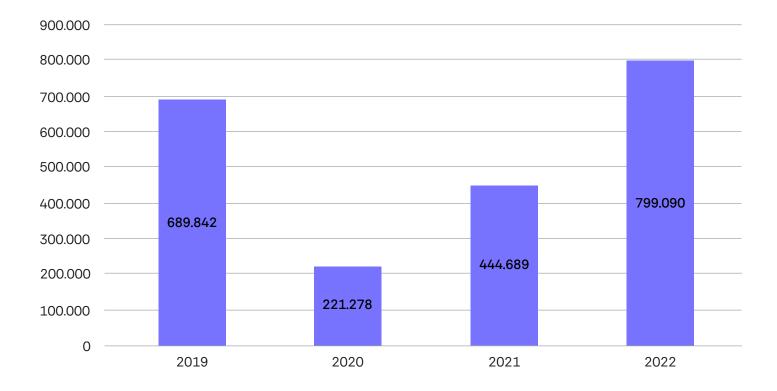


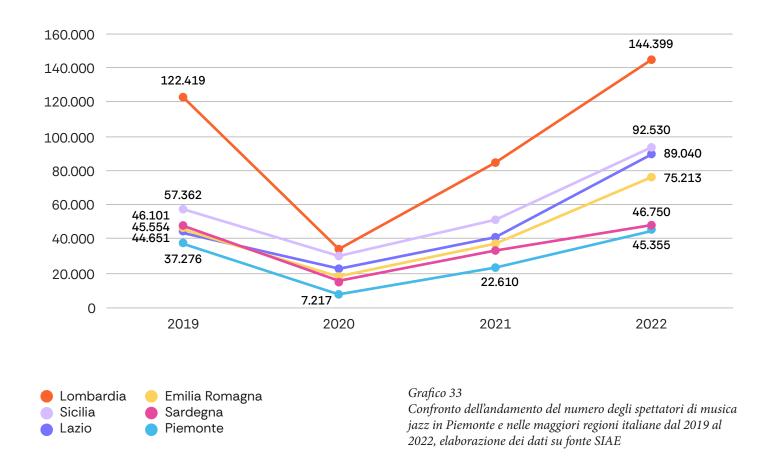
Grafico 32 Andamento del numero degli spettatori di musica jazz in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

 $^{^{95}}$ Oltre a considerare la crescita esponenziale del pubblico dei concerti di musica pop, rock e leggera.

Il pubblico risponde molto bene alla tendenza da parte degli organizzatori ad una maggiore e più diffusa programmazione che è stata avviata in seguito alla pandemia; anche in regioni dove generalmente la partecipazione non è tra le più alte d'Italia si rileva, infatti, un buon riscontro di pubblico: ad esempio in Abruzzo o in Liguria, dove gli spettatori sono in aumento nel biennio 2018-2019. Il pubblico piemontese si posiziona al settimo posto con un totale di 45.355 spettatori, il 5,68% sul dato nazionale; il numero è più che raddoppiato rispetto al 2021 (22.610 spettatori) ed è superiore rispetto al periodo pre pandemico con un +21,7% rispetto al 2019 (*Grafico 33*).

L'affluenza media ad uno spettacolo è contenuta, pari a 132 spettatori, e non si registrano grandi scostamenti rispetto alla media nel corso degli anni:

persino nel mese di luglio, che da solo realizza il 24% degli spettatori nell'anno (ma anche il 19% degli spettacoli), l'affluenza media non supera i 169 spettatori ("appena" +28% sul valore medio), a conferma che si tratti di un genere, e di un pubblico, che predilige contesti di fruizione più raccolti. Le due regioni in cui l'affluenza è più elevata sono Valle d'Aosta, con circa 229 spettatori per ogni evento, e l'Umbria, con 216: nel primo caso, si rileva come a fronte di un'offerta quasi assente (6 spettacoli), il riscontro di pubblico sia comunque positivo, mentre per l'Umbria tale risultato è dovuto, almeno in grossa parte, alle affluenze extra regionali attratte dalla fama e dal prestigio del festival Umbria Jazz, di cui si è parlato nel Capitolo 3.2.



• Spesa

Domanda in crescita ma rallentano incassi e spesa individuale.

La spesa complessiva per i concerti di musica jazz supera per la prima volta, nel quinquennio 2018-2022, la soglia dei 12 milioni di euro, quasi raddoppiata sul 2021 (+90%) e superiore anche a quella del 2019 (+5,3%), come si vede nel *Grafico 34*. Recuperano sul 2021 l'incasso medio per concerto, poco meno di 2mila euro, e la spesa unitaria per spettatore, pari a 15,10 euro (*Grafico 35*), ma restano inferiori ai valori registrati nel 2019, rispettivamente -17% e -7,4% sui dati dell'anno che precede il periodo pandemico: nel primo caso, influisce certamente un'offerta più

Oltre

12mln

di euro incassati nel 2022

ampia, cresciuta ad un ritmo superiore rispetto alla domanda; il secondo dato, invece, può essere stato influenzato ad esempio dalla presenza di rappresentazioni gratuite o da un calo nel consumo accessorio⁹⁶ nell'ultimo periodo.

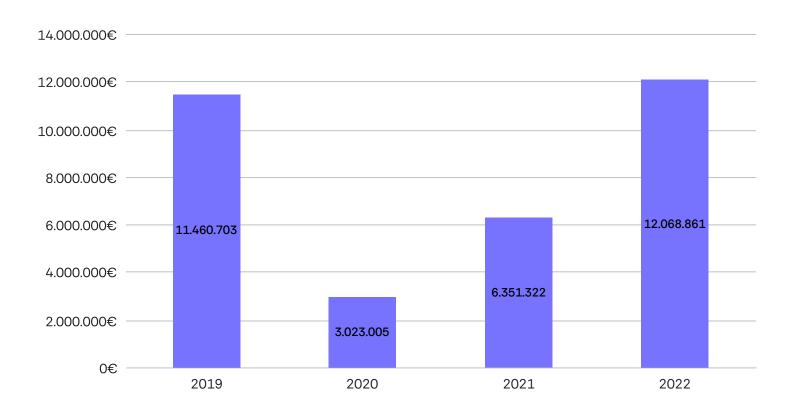


Grafico 34 Andamento della spesa dei concerti di musica jazz in Italia dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

 $^{^{96}}$ Nei jazz club è generalmente diffuso abbinare all'esperienza live una o più consumazioni di bevande e anche di pasti.

⁹⁷ Che, si ricorda, ha pochissimi spettacoli nell'anno (6) ma con grandi capacità attrattive (229 spettatori/ evento, +73% media nazionale).

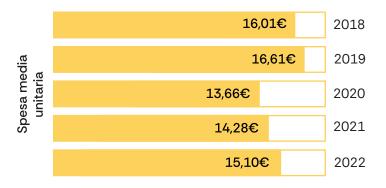
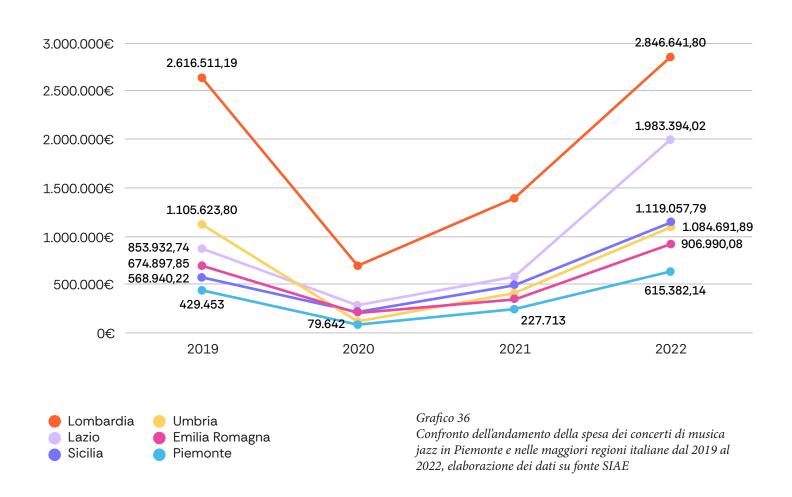


Grafico 35 Spesa media unitaria sostenuta da uno spettatore tra il 2018 e il 2022 per un concerto di musica jazz in Italia, elaborazione dei dati su fonte SIAE

I dati di spesa sono molto variabili su tutto il territorio italiano e si rilevano scostamenti negativi consistenti sui valori medi nazionali al Sud e nelle Isole (fa eccezione la Sicilia che raccoglie il 9,3% dell'incasso complessivo nazionale), ma anche nell'area del Nord-est. Al Nord-ovest e al Centro Italia, al contrario, gli importi sono più alti, spinti dai risultati ben superiori alla media realizzati da Lombardia, Lazio e Umbria. Anche per quanto riguarda la spesa dei concerti di musica jazz, il Piemonte si posiziona settimo con una spesa di 615.382,14 euro, il 5,10% del totale nazionale, visibile nel Grafico 36; il valore rispetto al 2021 è più che duplicato raggiungendo quota +170,2% ed è superiore anche alla spesa del 2019, segnando un +43,3%. Anche in questo caso, come per l'affluenza media, i valori più elevati di spesa individuale e di incasso medio per spettacolo si registrano per la Valle d'Aosta (con oltre 30 euro, la spesa è pari al doppio della media italiana)97 e l'Umbria (24,70 euro, +64% del dato nazionale).



I luoghi della musica

L'Annuario Statistico della SIAE fornisce anche una fotografia del numero dei luoghi per i concerti negli anni. Come possiamo vedere nel Grafico 37, il numero dei luoghi musicali totali nel 2022, ovvero 16.651, è più che raddoppiato rispetto al 2021, anno in cui ne sono stati registrati 7.877; questo numero è riuscito anche a superare di un bel +67,7% i luoghi del 2019. Andando ad osservare nel dettaglio i tre generi presi in analisi, si può notare come tutti siano riusciti ad ottenere risultati più alti rispetto a quelli pre pandemici, ma il genere che ha avuto una crescita più rapida e importante si riconferma essere quello dei concerti di musica pop, rock e leggera: infatti i luoghi che ospitano questo genere nel 2022 sono arrivati a quota 10.514, triplicando quasi i luoghi dell'anno precedente (+198,6%), che erano solamente 3.521 dopo la batosta del Covid-19, ma segnando anche più del doppio dei luoghi mappati nel pre pandemia (5.100, +106,2%).

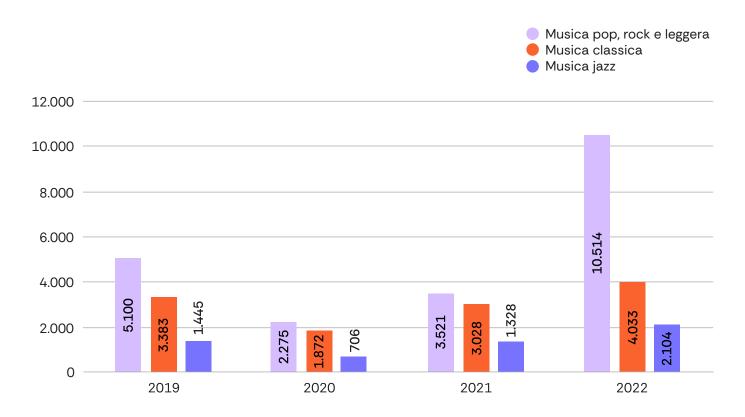


Grafico 37 Il numero dei luoghi per concerti in Italia, suddivisi per genere musicale dal 2019 al 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

I top al botteghino: concerti di musica pop, rock e leggera

Se la presenza nei primi posti della classifica per Spettatori dei due grandi rocker italiani, Vasco Rossi e Luciano Ligabue, e l'evento benefico contro la violenza sulle donne "Una, nessuna, centomila", organizzato da alcune delle più importanti cantanti italiane⁹⁸, non desta grandi sorprese, va invece sottolineato dove questi eventi si sono svolti: la Trentino Music Arena, a Trento,

e l'Arena Campovolo, a Reggio nell'Emilia, nuove strutture inaugurate nel 2022 e pensate specificamente per ospitare grandi eventi di musica live, con la possibilità di far partecipare contemporaneamente più di 100.000 persone.

Classifica per spesa al botteghino della musica pop, rock e leggera 2022

POSIZIONE	EVENTO	ARTISTA	
1	lppodromo Milano Trenna - Milano - 24/05/2022	Vasco Rossi	
2	Stadio Meazza - Milano - 21/06/2022	Rolling Stones	
3	Trentino Music Arena - Trento - 20/05/2022	Vasco Rossi	
4	Enzo e Dino Ferrari - Imola - 28/05/2022	Vasco Rossi	
5	Arena Campo Volo - Reggio Emilia - 04/06/2022	Ligabue	
6	Arena Campo Volo - Reggio Emilia - 11/06/2022	Una Nessuna Centomila	
7	Circo Massimo - Roma - 11/06/2022	Vasco Rossi	
8	Circo Massimo - Roma - 12/06/2022	Vasco Rossi	
9	Stadio Meazza - Milano - 04/06/2022	Elton John	
10	Enzo e Dino Ferrari - Imola - 25/06/2022	Pearl Jam	

Classifica per spettatori della musica pop, rock e leggera 2022

POSIZIONE	EVENTO	ARTISTA	SPETTATORI
1	Trentino Music Arena - Trento - 20/05/2022	Vasco Rossi	111.881
2	Arena Campo Volo - Reggio Emilia - 04/06/2022	Ligabue	104.328
3	Arena Campo Volo - Reggio Emilia - 11/06/2022	Una Nessuna Centomila	96.735
4	Enzo e Dino Ferrari - Imola - 28/05/2022	Vasco Rossi	82.297
5	Ippodromo Milano Trenna -Milano - 24/05/2022	Vasco Rossi	81.987
6	Circo Massimo - Roma - 17/07/2022	Ultimo	70.151
7	Circo Massimo - Roma - 09/07/2022	Maneskin	70.141
8	Circo Massimo - Roma - 11/06/2022	Vasco Rossi	68.738
9	Circo Massimo - Roma - 12/06/2022	Vasco Rossi	68.303
10	Ippodromo Milano Trenna -Milano - 11/06/20	Imagine Dragons	64.124

Grafico 38 Classifiche dei concerti di musica pop, rock e leggera per spesa e spettatori nel 2022, elaborazione dei dati su fonte SIAE

⁹⁸ Si tratta di un concerto di iniziativa benefica che si è svolto l'11 giugno 2022 in Emilia Romagna, che ha visto la partecipazione di Laura Pausini, Elisa, Giorgia, Emma, Alessandra Amoroso, Fiorella Mannoia e Gianna Nannini.



Figura 70 La Trentino Music Arena di Trento



Grafico 71 L'Arena Campovolo a Reggio Emilia

3.5

l festival musicali in Italia

Rispetto ad altri paesi ci sono meno soldi e luoghi adatti, e una scarsa predisposizione del pubblico: ma forse non è solo un male.

Siamo il Paese che ha inventato il primo festival del cinema al mondo, quello di Venezia, eppure questo Paese, che a febbraio si blocca una settimana per seguire una manifestazione di canzoni, il Festival di Sanremo, non riesce ad esprimere un grande festival musicale alla maniera di quelli che imperversano nel mondo anglosassone, nella Penisola Iberica e nell'Est Europa.

Infatti, negli ultimi vent'anni in molti paesi europei si è sviluppato un modello di festival musicale che finora non è mai stato replicato in Italia. Si tratta di eventi come il **Primavera Sound di Barcellona**, il **festival di Glastonbury nella campagna inglese** a duecento chilometri da Londra, lo **Sziget a Budapest** e oltreoceano il **Coachella a Indio**, in California, che hanno raggiunto dimensioni

enormi e ogni anno si espandono con più musicisti, grossi sponsor, più biglietti venduti e quindi più possibilità di continuare a crescere⁹⁹.

Sono chiamati "macrofestival", eventi irrinunciabili per band e cantanti grazie ad offerte economiche generose e alla centralità che hanno conquistato nella stagione dei concerti all'aperto. Infatti, in tre giorni o nel giro di una settimana, si può assistere a decine di live camminando ininterrottamente da un palco all'altro, dalle prime ore del pomeriggio fino all'alba. Ad esibirsi ci sono talenti emergenti, cantanti molto famosi, reunion di band storiche, i di più celebri, per un'offerta e un'esperienza complessiva per certi versi totalizzante.



Figura 72 L'immenso campeggio del festival di Glastonbury



Figura 73 Budapest durante lo Sziget

I macrofestival hanno avuto un grande successo perché sono stati in grado di sfruttare tutte le opportunità di crescita offerte dall'inizio degli anni Duemila, come il sostegno economico e la disponibilità di città e comuni in cerca di rilancio, l'avvento delle piattaforme di streaming, la conseguente rinnovata rilevanza dei concerti, e la crescita delle compagnie aeree low cost che ha favorito gli spostamenti tra i paesi. Tutto ciò ha favorito la nascita di un nuovo genere di turismo, quello da festival, che ha dato una spinta importante all'espansione dell'industria di questi eventi ormai di portata mondiale.

Questo in Italia non è avvenuto per molte ragioni: a partire innanzitutto da motivi economici, ma anche legati alla difficoltà di trovare luoghi adatti, alla scarsa disponibilità degli enti locali, e soprattutto ad un mercato in cui i musicisti italiani danno molta più sicurezza di successo rispetto agli stranieri.

I promoter, coloro che organizzano i concerti, da tempo discutono di questi limiti che hanno causato una sorta di emarginazione dell'Italia dal circuito europeo dei grandi eventi di musica dal vivo. Le scarse possibilità di entrare in questo mercato da un lato sono vissute con una certa frustrazione, e suscitano alcune preoccupazioni per quanto riguarda la sostenibilità dei festival di medie dimensioni già esistenti; ma dall'altro questa situazione è vista anche come un'opportunità, una forma di tutela ed emancipazione rispetto ad un modello che basa tutto sui numeri, quasi impossibile da imitare e sul cui futuro molti addetti ai lavori non sono fiduciosi, sia dal punto di vista economico sia da quello ambientale.

Giuseppe Conte, tra gli organizzatori del Viva! Festival¹⁰⁰ in Valle d'Itria, in Puglia, spiega che uno dei problemi italiani è che **in Italia le persone sono poco abituate ai ritmi dei grandi festival, spesso visti come sfiancanti anche dal punto di vista fisico**: «È molto difficile pensare di proporre musica dal primo pomeriggio fino a notte fonda, perché la maggior parte delle persone preferisce il singolo grande evento, il nome».

100 Festival estivo nato quando Turnè, società pugliese di pianificazione di eventi, si è imbattuta in Club to Club, festival torinese. La sua prima edizione, lanciata nell'ambito della Milano Design Week, si è svolta nell'agosto 2017. È per questo che qui funzionano molto meglio le rassegne, che sono più semplici da organizzare e più redditizie, ma spesso vengono chiamate erroneamente festival, nonostante siano cose diverse: nella rassegna lo spettatore sceglie, nell'ambito di un periodo più o meno lungo, di vedere i concerti di uno o l'altro artista in un solo luogo, solitamente un parco o una piazza; il festival invece è un'esperienza immersiva, dove i concerti sono tutti concentrati in più giornate consecutive e il pubblico vive quell'esperienza. Ma non si tratta solo di musica, la differenza è che, mentre ad una rassegna si va per vedere un concerto in quanto tale, al festival si dovrebbe andare per il festival in sé, per l'esperienza appunto¹⁰¹.

Nei più grandi festival europei ci sono almeno diecimila persone sotto al palco durante i concerti, qui è impensabile ottenere gli stessi risultati. «Siamo e saremo una realtà di nicchia, è inevitabile», continua Conte, «Senza grandi numeri è più difficile convincere gli sponsor e crescere di conseguenza. La nostra priorità al momento è continuare a coltivare un pubblico di appassionati con un'idea chiara di proposta musicale, cercando di far vivere alle persone un'esperienza appagante».

Secondo Conte e molti altri promoter, tra le ragioni culturali che limitano lo sviluppo dei festival in Italia cè anche la predisposizione del pubblico italiano ad affezionarsi ad un solo artista o al massimo ad un solo genere musicale.

Michele Boroni, consulente del festival rock La Prima Estate¹⁰², dice che nei paesi anglosassoni e nel Nord Europa la musica ha un valore culturale diverso rispetto all'Italia, dove mancano curiosità e predisposizione a scoprire cose nuove. Dello stesso parere è Gianluca Gozzi, creatore e direttore artistico del TOdays Festival¹⁰³ di Torino, secondo il quale «**Le persone non osano su quello che non conoscono**», e continua Daniele Citriniti, direttore artistico del Reset Festival¹⁰⁴ di Torino, che dice «Abbiamo talmente tanta offerta che le piccole gemme che si cerca di seminare per provare ad offrire un'esperienza diversa, nuova, particolare, hanno bisogno di essere lavorate a livello di comunicazione e di identità talmente tanto che

 $^{^{102}}$ Festival estivo nato nel 2022 nel Lido di Camaiore, organizzato nel parco Bussola Domani.

magari in alcuni casi non ce la fanno».

A tal proposito Boroni ricorda quando, nel 2001, gli Stereophonics allora nei primi posti in classifica furono presi a bottigliate dai fan di Vasco Rossi all'Heineken Jammin' Festival a Milano: «È un esempio estremo, ma dimostra che in Italia i grandi festival funzionano soltanto se c'è un grosso nome, che richiama la maggior parte delle persone. Meglio ancora se italiano. Tutto il resto è quasi un contorno. Questa impostazione ha finito per influenzare il lavoro degli organizzatori che hanno spinto verso un prodotto sempre più conforme alla domanda italiana, in un circolo vizioso che si autoalimenta». In questo circolo vizioso sono coinvolte anche le radio, dove difficilmente trovano spazio musicisti stranieri non mainstream: gli ascolti condizionano i gusti, gli acquisti e quindi il mercato dei concerti. Gianluca Gozzi si inserisce nuovamente in questo discorso: «Pensa a Christine and the Queens [il live che ha chiuso i TOdays 2023]: un'artista internazionale che ha vinto premi internazionali e all'estero suona al Coachella o a Glastonbury davanti a platee di cinquantamila persone, ma arriva in Italia praticamente sconosciuta ai media

rassegna

periodo variabile, scelta di un artista, un solo luogo

festival

più giornate consecutive, più concerti, esperienza immersiva

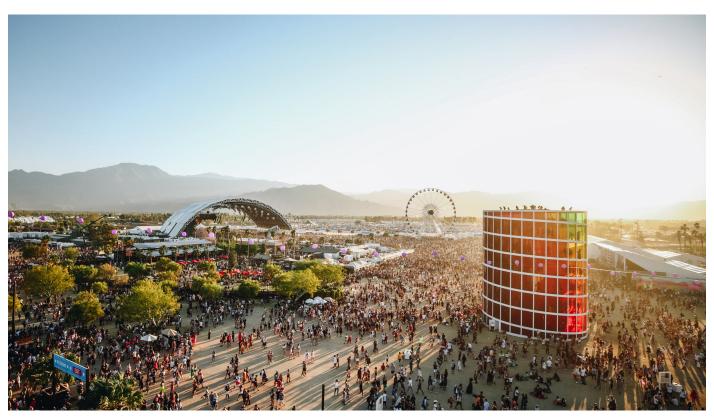


Figura 74 Il colorato festival Coachella, meta dei vip

 $^{^{103}}$ Festival internazionale che si svolge ad agosto a Torino, nato nel 2015. 104 Festival di musica emergente che si svolge ad ottobre a Torino, nato nel 2009

motivi economici

luoghi non adatti

scarsa disponibilità degli enti locali

musicisti italiani più garanzie

ritmi sfiancanti

predisposizione ad affezionarsi ad un solo artista o genere musicale e al pubblico. E quando arriva da noi non ha un costo ridotto, il cachet è lo stesso dei grandi festival europei. In quel caso scegli di fare un investimento, una scommessa». Il risultato è che i cantanti e le band italiane garantiscono un notevole ritorno economico, con investimenti e impegni più contenuti rispetto ad una band straniera. Senza analizzare casi eccezionali come Vasco Rossi e Jovanotti, infatti negli ultimi anni i tour di diversi artisti italiani sono andati molto bene, come per esempio quello di Blanco nel 2022, di cui sono stati venduti tutti i biglietti prima della data di esordio. Anche nei grandi festival europei i nomi sono importanti, eppure non fondamentali come in Italia, perché moltissime delle persone che acquistano il biglietto lo fanno con mesi di anticipo, senza sapere chi suonerà, dunque si ritorna al già citato problema culturale della curiosità, che verrà ripreso e approfondito nel Capitolo 4. All'estero la direzione artistica coerente e la vasta offerta finiscono per accontentare quasi tutti, nonostante i prezzi dei biglietti spesso superino i 200 euro per un abbonamento di tre giorni, mentre nei festival nordeuropei più grossi si può arrivare anche al doppio.

Il vantaggio rispetto ad un normale festival è che, oltre ai concerti, si acquista un bene immateriale, cioè l'esperienza di partecipare ad un grande evento di massa che influenza i gusti musicali e le mode. Gozzi fa una lunga riflessione sul binomio Italia-estero: «I numeri dei festival esteri sono molto diversi, anche perché propongono un'esperienza immersiva più vicina a un viaggio o una vacanza: le persone vanno tre o quattro giorni, magari stanno in campeggio e usufruiscono anche di servizi accessori. Così le proporzioni sono più grandi e il tutto si rende sostenibile economicamente. Da noi non succede. Anche perché c'è una concezione del live da intrattenimento pre-confezionato: qual è il target di riferimento, quante persone vengono, quanto spendono... Il pubblico paga, entra, assiste ed esce. Una cosa che finisce lì, più simile all'animazione da villaggio turistico o alla sagra di paese. Invece dovremmo ragionare in termini di cultura, di formazione personale: andando a un buon festival io formo me stesso, le mie idee, le mie relazioni e ne esco in qualche modo cambiato».

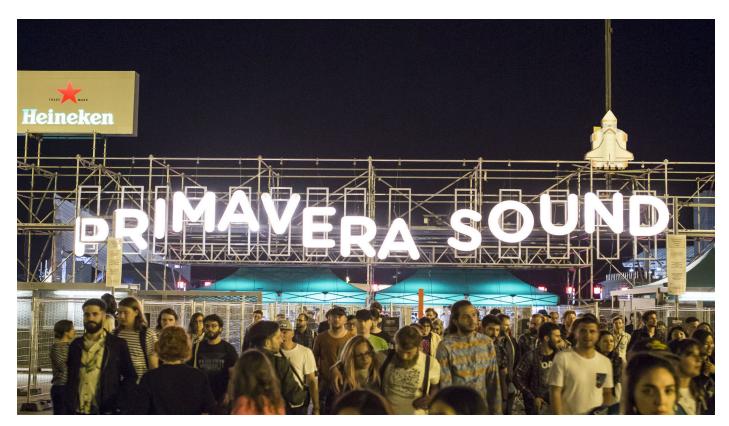


Figura 75 L'insegna del Primavera Sound

Il discorso continua con Amedeo Lombardi, organizzatore dell'Home Festival di Treviso¹⁰⁵: «In Italia si vive il concerto quasi come un'esperienza religiosa, di routine, mentre nei grandi festival europei si prende parte a un'esperienza totalizzante dall'apertura dei cancelli in poi: per chi ama la musica è il paese dei balocchi, un privilegio» e ancora «La sfida dei promoter è mettersi nei panni di chi acquista un biglietto e capire quali sono le aspettative in termini di offerta musicale, qualità della fruizione e dell'ascolto, servizi, cibo, ospitalità, atmosfera. Tutte cose che in Italia sono spesso rimaste in secondo piano, anche se negli ultimi anni si sono viste molte eccezioni interessanti».

Il modello per eccellenza di questo genere di festival è il già citato Primavera Sound di Barcellona. Nato nel 2001, nell'ultimo decennio è diventato un appuntamento di livello mondiale, passando dai circa 8mila spettatori di vent'anni fa ai 500mila dell'edizione 2022, la prima dopo due anni di interruzione dovuti alla pandemia¹⁰⁶. Dal 2005 viene organizzato nel Parc del Forum, un'enorme area attrezzata sul mare, vicino ad uno dei porti turistici della città e ai quartieri periferici di Besòs e La Mina. È il luogo ideale per allestire dieci palchi, di cui almeno quattro di dimensioni paragonabili a quelli dei grandi concerti negli stadi, e ospitare decine di migliaia di persone.

 $^{^{105}}$ Festival che si svolge a Treviso tra fine agosto e inizio settembre, con migliaia di artisti di fama mondiale, band internazionali e italiane.

¹⁰⁶ Un numero così alto e inatteso di persone ha causato parecchi problemi organizzativi, rivisti poi per l'edizione 2023 che ha accolto 193mila spettatori.



Figura 76 Uno dei palchi del Primavera Sound di Barcellona



Figura 77 Il concerto del Jova Beach Party a Lignano Sabbiadoro

In Italia non esiste un luogo simile dedicato ai grandi appuntamenti musicali o in generale culturali: è un altro dei motivi che spiegano l'assenza di grandi manifestazioni nella nostra penisola. Ci sono spazi più piccoli dove è complicato offrire e gestire servizi richiesti dalla presenza di decine di migliaia di persone, o luoghi come palazzetti e stadi dove non si possono allestire più palchi per naturali limiti acustici. Ci sono stati tentativi di proporre qualcosa di diverso e unico, come il Jova Beach Party, anche se si scontrano con problemi logistici ed ambientali¹⁰⁷.

Il Primavera Sound richiama soprattutto appassionati di musica alternativa e moderatamente di nicchia, ma da alcuni anni è frequentato da un pubblico più vasto grazie allo spazio concesso dagli organizzatori a generi più mainstream come l'hip hop e perfino il reggaeton. È interessante che gli italiani siano una delle nazionalità più rappresentate nel pubblico: «E non è un risultato casuale: sono serviti anni di investimenti in marketing su larga scala, con un approccio che ha costi notevoli e che può essere sostenuto soltanto da grosse organizzazioni» dice Dino Lupelli, tra i promotori di Linecheck¹⁰⁸, festival di Milano. E continua: «L'Italia è il paese delle piccole e medie imprese e questo si riflette anche nei festival, che sono di dimensioni più piccole e distribuiti sul territorio. Non possono richiamare decine di migliaia di persone perché non hanno luoghi e strutture adeguate. Vengono chiamati boutique festival e secondo me sono molto interessanti in prospettiva, perché più virtuosi rispetto alle grandi manifestazioni».

I "Boutique festival" sono quei festival che hanno le caratteristiche delle classiche boutique francesi: per un pubblico più ristretto, esclusivi, particolari, non per tutti i gusti, con un'estetica e uno stile molto definito. Qualcosa che poche persone possono permettersi, ma non perchè siano molto costosi, ma perchè hanno poca capacità¹⁰⁹. Tra quelli più riusciti in Italia ci sono lo Ypsigrock, che si tiene a Castelbuono in Sicilia, e il Beaches

boutique festival

poca capacità, esclusivi, particolari

Brew, organizzato a Marina di Ravenna, sulla riviera romagnola. Entrambi hanno sfruttato alcune delle caratteristiche dei grandi festival europei: hanno aperto canali di promozione con l'estero e, oltre ad un'offerta musicale coraggiosa, hanno puntato sull'ospitalità e sull'atmosfera.

Lo Ypsigrock viene organizzato da 26 anni in Piazza Castello a Castelbuono, un paese di 9mila abitanti in provincia di Palermo. Ogni serata può ospitare un numero di spettatori relativamente basso, circa 2.500, e buona parte del pubblico arriva da altri paesi, soprattutto dal Regno **Unito**. «È merito di un lavoro di comunicazione fatto negli ultimi anni attraverso social e magazine specializzati», spiega Vincenzo Barreca, fondatore del festival. Le persone affrontano un viaggio impegnativo perché a parità di offerta artistica con altri festival, a Castelbuono possono ascoltare buona musica e al contempo vivere i tempi e le abitudini di una piccola comunità ben disposta ad accogliere un pubblico attento e consapevole. Tuttavia, egli spiega che un numero di spettatori così contenuto non consente di avere grandi margini: è molto importante fare sold out, cioè vendere tutti i biglietti, per garantire la sostenibilità economica e quindi la sopravvivenza¹¹⁰. Con numeri così bassi, inoltre, è necessario lavorare parecchio in fase di programmazione per trovare musicisti a cachet accessibili. Si tratta dunque di un impegno gravoso, che dura tutto l'anno, e quasi sempre sostenuto dal volontariato.

 $^{^{107}}$ L'imponente Jova Beach Party è criticato dalle associazioni per il suo impatto ambientale sulla spiaggia di Lignano Sabbiadoro, nonostante varie accortezze organizzative.

¹⁰⁸ Festival che si svolge a Milano a novembre, diventato negli ultimi nove anni una delle più importanti conferenze europee sull'industria musicale, dove gli organizzatori si confrontano sul futuro e sugli sviluppi del mercato.
¹¹⁰ «Il più delle volte fare sold out è la condizione minima e necessaria per andare a zero, non per guadagnare.» Gianluca Gozzi



Figura 78 L'edizione 2023 dello Ypsigrock Festival

Tra i principali limiti dei Boutique festival, e in genere dei festival italiani, rientra proprio il fatto che il giro di affari sia troppo piccolo per creare una vera industria dell'intrattenimento da **festival**: con meno soldi c'è meno possibilità di fare promozione, di assumere personale, e di attirare sponsor e, quindi, di crescere. «Organizzazioni come la nostra fanno parte di un circuito economico molto limitato, nemmeno paragonabile a quello dei grandi festival", continua Barreca, «Non dimentichiamo che almeno nelle fasi iniziali all'estero hanno usufruito di un grande sostegno da parte delle istituzioni, che in Italia non c'è». La differenza rispetto ai festival europei rimane economica: i festival Primavera Sound, Glastonbury e Sziget oggi si sostengono autonomamente; nei primi anni, invece, hanno ricevuto un significativo aiuto economico da parte delle istituzioni. Conte, di Viva! Festival, aggiunge che è complesso spiegare ad un Comune o ad una Regione quale sia l'indotto e il ritorno per il

territorio, mentre in Europa vengono garantiti soldi oppure servizi di trasporti, agevolazioni e accordi con albergatori e commercianti.

Negli ultimi anni c'è stato un leggero miglioramento: sembra che comuni e amministrazioni siano più disposti a concedere autorizzazioni e permessi. C'è meno ostilità rispetto al passato, anche se le procedure rimangono complicate e lente, al punto che Gianluca Gozzi descrive l'Italia come un paese soffocato dalle normative per il pubblico spettacolo. «In un paese come l'Italia ottenere tutte le autorizzazioni è sempre una conquista», spiega Chris Angiolini, promoter del Beaches Brew Festival a Marina di Ravenna, «Noi giochiamo in casa, per cui siamo agevolati. Ma è anche un limite, perché non possiamo pensare di spostarci o ingrandirci. Il nostro obiettivo è comunque mantenere una dimensione sostenibile anche dal punto di vista della vivibilità».

Lo scouting è uno dei punti di forza del Beaches Brew, ovvero la scoperta di nuovi musicisti quasi tutti stranieri per la prima volta in Italia.

Angiolini racconta che l'anno scorso è stato fermato da un amico prima del festival: «Non conosco nessuno, ci vediamo là» è una delle frasi che si sente ripetere più spesso prima del festival, con circa il 40% del pubblico che arriva dall'estero. Negli ultimi anni sul palco del Beaches Brew hanno suonato per la prima volta in Italia per esempio i King Gizzard & the Lizard Wizard, band australiana ormai di culto nel genere rock sperimentale e psichedelico, e gli americani Khruangbin. «Abbiamo scelto una visione e una dimensione che deve essere percepita come unica dalle persone che vengono qui», continua Angiolini, «È più facile nel momento in cui scegli di rivolgerti alle nicchie, a un pubblico adulto e consapevole».

Inoltre, il Beaches Brew è gratuito e per questo ha budget più limitati rispetto ai festival a pagamento, ma è anche una scelta che consente di osare di più nella scelta dei musicisti. Il modello a cui si ispira non sono i grandi festival con decine di migliaia di persone, ma realtà come Le Guess Who? che dal 2007 si tiene a Utrecht, nei Paesi Bassi: propone musica indipendente e d'avanguardia con musicisti per lo più poco conosciuti, provenienti da tutti i continenti; non richiama grandi folle e il pubblico è più adulto rispetto a quello dei grandi festival¹¹¹.



Figura 79 L'edizione decennale del Beaches Brew Festival

Angiolini sostiene che in futuro sia inevitabile un ripensamento generale su ambizioni e costi dei grandi festival, bisogna tornare con i piedi per terra, con scelte più sostenibili dal punto di vista economico e ambientale. Per farlo, però, va sensibilizzato anche il pubblico, altro tema su cui si tornerà nel Capitolo 4: «I tour sono essenziali per i musicisti. È il modo con cui si sostengono, perché le persone acquistano meno la musica e le piattaforme di streaming pagano pochissimo. Questo ha contribuito a causare un aumento dei costi e oggi organizzare un grande concerto o un festival costa centinaia di migliaia di euro. Le ragioni di questi aumenti sono diverse: i due anni di stop forzato, l'aumento del costo delle maestranze alla ripartenza, e in ultimo il problema energetico. Quindi il calo delle vendite e lo streaming sono gli elementi scatenanti, ma negli ultimi due anni la situazione si è aggravata considerevolmente».

Come si è visto precedentemente, lo stesso Primavera Sound, ingrandendosi a dismisura, ha portato nuovi problemi a Barcellona, già al centro di grandi cambiamenti. La crescita del festival, in particolare a partire dal 2018, ha alimentato una certa deriva presenzialista e per certi versi performativa del pubblico, più eterogeneo rispetto al passato, e ha portato Barcellona e le sue istituzioni a interrogarsi sui vantaggi di ospitare così tante persone in così pochi giorni. In un articolo¹¹² pubblicato nel numero della rivista Passenger dedicato a Barcellona, il giornalista spagnolo Nando Cruz ha definito i macrofestival come il Primavera Sound "mostri insaziabili". La cosa più difficile per questi macroeventi musicali, dice Cruz, non è definire un marchio, imporlo sul mercato, mantenere appeal nel corso degli anni o rinverdire l'età del pubblico; la cosa più difficile è capire quando smettere di crescere. «Ma siamo davvero sicuri che sia necessario organizzare manifestazioni così grandi?», si chiede Lupelli di Linecheck, «Se esaminiamo parametri diversi dai soldi e dai numeri forse ci accorgiamo che non sono modelli su cui vale la pena puntare in futuro».

3.6

Lo spazio pubblico

Parlando di luoghi della musica, è importante citare anche il ruolo degli spazi pubblici urbani: agli angoli delle strade, nelle piazze, all'interno dei parchi, sotto la metropolitana.

Gli artisti di strada, chiamati buskers¹¹³, sono uomini e donne che decidono di condividere la **propria arte**, che essa sia musicale o di altra natura, con il pubblico in modo gratuito e soprattutto instaurando un rapporto diretto senza le barriere del palco. Si tratta di una pratica artistica legata alla richiesta di una libera offerta che in Italia non viene spesso riconosciuta. A differenza di altri paesi come l'Inghilterra, dove il movimento è forte e regolato da leggi chiare e precise, qui ancora si punta l'accento sulla libera offerta e ogni città di cui si occupa il suolo ha una regolamentazione diversa; dunque i buskers devono fare i conti ogni volta con normative diverse, siccome girano per le piazze e le strade di tutta Italia, e molto spesso sono vittime di sgomberi e burocrazie poco sensate.

Tuttavia, anche qui nel Bel Paese non manca chi riconosce questa espressione di libertà che porta fuori dai palazzetti e dai teatri, a volte poco accessibili, la voglia di suonare, cantare e stare in condivisione con il pubblico¹¹⁴.

Molti infatti sono i festival e le manifestazioni che hanno l'obiettivo di mettere insieme questi artisti e creare dei veri e propri circuiti dove poter godere di questa arte: primo fra tutti il Ferrara Buskers Festival¹¹⁵ attivo dal 1988, occasione in cui si possono riunire artisti di strada da tutto il mondo dando vita ad un ecosistema di arte, musica e culture diverse; ma si ricordano anche il Festival degli artisti di Strada di Ostuni e il network Arthecity per facilitare la mobilità artistica nei comuni accoglienti, promossa dalla Federazione Nazionale delle Arti in Strada¹¹⁶. Oltretutto, molto spesso la qualità della performance non ha nulla da invidiare alle forme più tradizionali di spettacolo:

 $^{^{113}}$ Termine inglese che deriva dallo spagnolo "buscar", quindi "ottenere".



Figura 80 I cittadini riuniti durante il Ferrara Buskers Festival

tanti sono i ragazzi che iniziano in questa maniera, si ricordano per esempio i Maneskin che sono partiti proprio dalle strade di Roma nel 2015 e oggi sono delle star a livello mondiale e, al contrario, tanti sono gli artisti già di fama che scelgono la strada come punto di contatto con il pubblico, ad esempio i famosissimi U2, che si sono esibiti diverse volte nella Grand Central Station di New York, nella metropolitana di Berlino e su un tetto di un negozio di liquori a Los Angeles, oppure tra gli artisti italiani si ricorda Elisa che ha suonato diverse volte in incognito nella metro di Milano¹¹⁷. Si tratta quindi di una pratica che merita più dignità e che andrebbe supportata in ogni suo aspetto, poichè «È uno spazio pubblico a

disposizione che si può utilizzare e che gli artisti vogliono utilizzare, è una fonte di guadagno perchè anche quel poco comunque lo guadagni, infine permette di raggiungere un pubblico che forse non raggiungeresti a suonare chiuso dentro un locale, perchè il pubblico casuale che cammina per strada e per le piazze magari non ti conosce, ma ti vede, gli piaci, si interessa a te e questo genera valore» spiega Marco Ciari, responsabile dell'Ufficio Torino Creativa, e continua «Gli artisti non hanno alcun problema a misurarsi con la musica in strada, è un modo anche per mettersi alla prova, quindi l'arte di strada oggi, molto più di ieri, è un tassello fondamentale se vogliamo parlare di spazi per l'espressione e per la cultura».



Figura 81 Gli U2 nella metro di New York



Figura 82 Christina Aguilera e Jimmy Fallon nella metro di New York

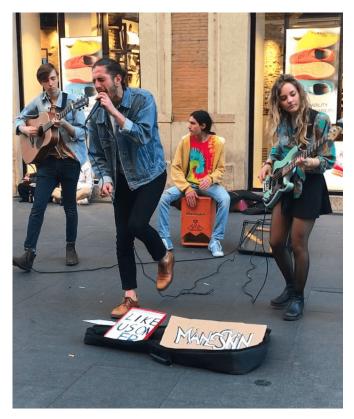
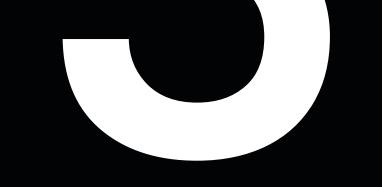


Figura 83 I Maneskin nei vicoli di Roma durante la loro gavetta



La musica live a Torino

4.1

Un secolo di concerti a Torino

«Torino negli anni 80 era considerata la città musicale per eccellenza: da qui partivano o terminavano molti tour italiani e internazionali»¹¹⁸

Come è stato anticipato nel Capitolo 3.2, Torino ad oggi non rientra tra le città italiane più riconosciute dal punto di vista musicale, ma viene citata maggiormente per le sue architetture storiche, per il design e per il cinema.

Eppure, come vedremo nei successivi paragrafi, la città sabauda ha un importantissimo background musicale: ha dato i natali ad alcuni dei cantanti e musicisti italiani più famosi nel mondo, tra cui Umberto Tozzi, Rita Pavone, Gabry Ponte e Gigi d'Agostino, solo per citarne qualcuno, e ha ospitato tantissimi concerti nei diversi luoghi musicali della città.

¹¹⁸ Citazione del cantante Ron per il libro "Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino" di M. Baima e F. Peirone.

Ricostruire la città nel dopoguerra

Dopo la fine dei bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale, cessati definitivamente il 24 aprile 1945, **Torino esce distrutta**: interi quartieri, abitazioni, ospedali, fabbriche, scuole ma anche i locali ricreativi e culturali. **Nel dopoguerra il Comune di Torino affronta una spesa straordinaria senza eguali rispetto ad altre città italiane e la città piano piano risorge**: nove anni dopo, agli albori del boom economico, Torino è quasi completamente ricostruita.

La musica dal vivo si poteva ascoltare quasi soltanto nel chiuso dei locali, night club o dancing, che occasionalmente offrivano al pubblico, in aggiunta al servizio bar e alla musica suonata dall'orchestra, il recital di un cantante famoso. I prezzi erano piuttosto proibitivi e la clientela era quasi esclusivamente adulta, appartenente alla borghesia.

La rivoluzione di Fred Buscaglione

Nel 1960 nasce un nuovo modo di vedere la canzone: Italo Calvino e Franco Fortini lavorano con alcuni musicisti nell'intento di portare la cronaca quotidiana in ambito musicale, ponendo le basi per la nascita del cantautorato, genere che è stato già analizzato nel Capitolo 3.1. Gino Paoli, Umberto Bindi, Luigi Tenco, Bruno Lauzi, Giorgio Calabrese e Fabrizio De Andrè sono la prima generazione di cantautori, la cosiddetta "scuola genovese", ma prima di essa ci fu la scuola torinese di Fred Buscaglione negli anni 50, quando tutto stava cambiando e si iniziava ad entrare nella ripresa economica. Dopo anni di canzoni un po' retoriche si respirava aria di swing, grazie a Buscaglione (Torino) e Carosone (Napoli), due artisti agli antipodi ma con in comune l'approccio a nuovi modelli musicali: Buscaglione il jazz e Carosone il rock and roll, mescolando la musica americana con tematiche italiane.

Buscaglione si affida al paroliere Leo Chiosso e insieme non scrivono solo canzoni, ma inventano un **nuovo personaggio: il "dritto di Chicago"**, un po' americano e un po' italiano, un duro che però si squaglia di fronte alla prima donna che incontra, con il suo look "gessato". Buscaglione in quegli stessi anni arriva all'apice del successo con "Che bambola!", ma muore in un incidente d'auto a febbraio del 1960.

In quegli anni Torino brulicava di jazz, grazie ai tanti locali notturni che, dopo aver fatto cassa con serate un po' più commerciali, sul tardi suonavano la nuova musica proveniente da Oltreoceano: non per nulla infatti Torino è considerata la patria italiana del jazz.

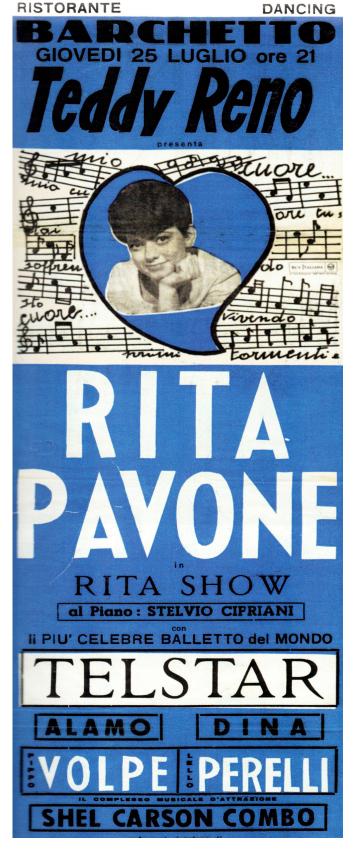


Figura 84 Il look iconico di Fred Buscaglione



Scannerizza il qr code per visualizzare i nomi dei locali jazz che dagli anni 30 hanno reso Torino la Capitale italiana del jazz





RISTORANTE

Figura 85 Il manifesto di un'esibizione di Adriano Celentano nel 1963

Figura 86 Il manifesto di un'esibizione di Rita Pavone nel 1963

Il miracolo economico

Come detto, **negli anni 50 e primi anni 60** le occasioni per suonare dal vivo in Italia non sono molte e sono limitate ai locali notturni, ai night, alle sale da ballo o alle balere in Romagna. Torino vive peraltro una stagione di grandi successi: **tutti gli artisti sulla cresta dell'onda passano in città**, come per esempio si può vedere dai manifesti nelle *Figure 85 e 86*.

In quegli anni si passa dal night al beat, ovvero alla musica dal vivo o registrata: la massa si affaccia al mondo dello spettacolo e del divertimento, rompendo i vecchi schemi sociali; i giovani diventano i nuovi dominatori della scena musicale, il loro obiettivo è trovare nuovi spazi e nuove forme per incontrarsi. La nuova moda che arriva dall'Inghilterra e dagli USA fa sì che i locali si convertano ai nuovi modelli.

A Torino il più famoso è il Plateau Dansant Lutrario (1926), detto Blechenduait, che negli anni 20 diventa punto di riferimento per gli artisti del movimento futurista torinese; insieme ai locali sorti in seguito sul lato opposto della strada darà vita ad un "distretto del divertimento" in Via Stradella. Nel 1938 nasce un secondo locale di gusto futurista dall'altra parte della strada, che nel 1942 lascia il posto al Cinema Teatro Lutrario, poi diventato discoteca e successivamente bombardato nel 1943. Nel 1960 di fronte alla vecchia struttura è inaugurato il dancing Lutrario Le Roi di Carlo Mollino, mentre il Plateau Dansant viene trasformato in pista da ballo per la stagione estiva. Luogo di socializzazione e ritrovo dei gruppi giovanili di carattere informale, nel dopoguerra accoglie le esibizioni degli artisti più importanti della musica leggera come Fred Buscaglione. Questo locale, caratterizzato da interni mozzafiato visibili nelle Figure 87 e 88, negli anni ha subito diverse ristrutturazioni ma rimane attivo ancora oggi.



Figura 87 Gli interni del Lutrario Le Roi



Figura 88 Gli interni del Lutrario Le Roi

Il Cinema Imperiale nel secondo dopoguerra prese il nome di **Arlecchino Danze** (Via San Secondo 57, zona Crocetta), ospitando esibizioni canore e spettacoli di musica dal vivo.

Un altro locale importante è stato il Piper Club (Via XX Settembre 15, Beinasco), progettato nel 1966 da Derossi, Ceretti e Rosso e attivo fino al 1969, uno spazio caratterizzato da elementi architettonici mobili che permettevano una totale flessibilità e adattabilità del locale a diversi usi. Si trattava di un valido esempio internazionale di ambiente non convenzionale d'arte contemporanea: non un semplice locale per la discomusic, ma un vero e proprio centro culturale autogestito.



Figura 89 Gli interni colorati e adattabili del Piper Club

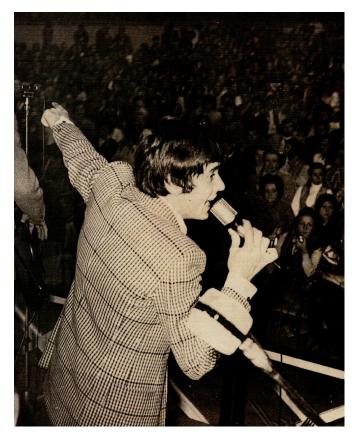


Figura 90 Gianni Morandi in concerto al Palasport a dicembre 1969, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

L'Italia festeggia cent'anni: nuovi spazi per la musica

Con la grande **esposizione di Italia 61** vengono costruiti **nuovi impianti che diventeranno i luoghi dei grandi concerti di musica leggera** nel decennio successivo.

A Torino il **Palazzo dello Sport al Parco Ruffini** ben si adatta a contenere le folle dei grandi artisti, con accanto lo Stadio, oggi Primo Nebiolo. Il Palasport diventa ben presto il palcoscenico ideale non solo delle manifestazioni canore, ma anche dei cantanti di successo come Gianni Morandi.

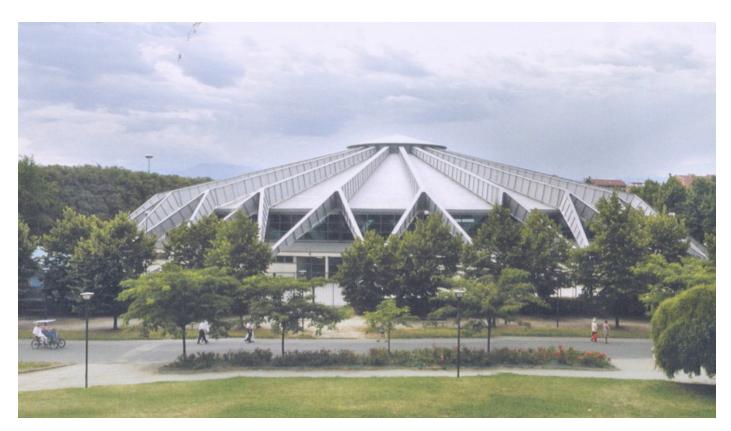


Figura 91 Il Palasport al Parco Ruffini

Le gare canore

I concorsi di canzoni non sono una novità¹¹⁹, ma è col Festival della Canzone Italiana che assumono grande rilievo. Il Festival di Sanremo nasce nel 1951 grazie alla direzione del Casinò e del giornalista della Stampa Angelo Nizza, che propone l'iniziativa al maestro Bruno Razzi, curatore della musica leggera alla sede Eiar di Torino. La prima edizione vede la partecipazione di tre soli concorrenti: Nilla Pizzi (la vincitrice), Achille Togliani e il torinese Duo Fasano¹²⁰.

Trionfano canzoni con titoli come "Grazie dei fior", "Tutte le mamme", "Vola colomba" ecc. i cui temi riguardano sempre l'amore, la mamma e qualche volta la patria, trattati anche con molta retorica: in pochi anni il Festival di Sanremo diventa il simbolo dell'Italia sentimentale e lacrimosa.



Figura 92 La locandina della prima edizione del Festival nel 1951 e la vincitrice Nilla Pizzi

¹¹⁹ Si ricorda il bando "Voci Nuove" indetto dall'Eiar nel 1944.

 $^{^{\}rm 120}$ Duo vocale italiano attivo prevalentemente negli anni Cinquanta, formato dalle sorelle gemelle torinesi Secondina Piera Angela e Delfina Fasano.

Nel 1958 trionfa a Sanremo Domenico Modugno con "Nel blu dipinto di blu", canzone che successivamente si classifica terza all'Eurovision Song Contest dello stesso anno, e che tutt'ora rimane una delle canzoni italiane più famose nel mondo¹²⁰.



Inquadra il codice con l'app di Spotify per ascoltare la canzone italiana iconica nel mondo

Il Festival funge da prototipo per la nascita di decine di manifestazioni simili: Canzonissima (1956-1975), Concorso per voci nuove di Castrocaro Terme (1957), Cantagiro (1962), Disco per l'estate (1964) e Festivalbar (1964). Nel 1969 viene indetto un concorso musicale internazionale, "Un disco per l'Europa, un giovane per l'Europa", in cui vince **Gipo Farassino**, cantautore poco conosciuto in Italia e all'estero, ma ben noto ai torinesi.

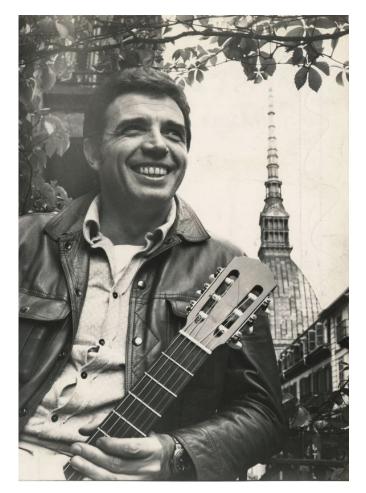


Figura 93 Il torinese Gipo Farassino negli anni 70

Gli anni della protesta

L'onda lunga del boom economico si conclude definitivamente nel 1968¹²¹: la rivoluzione femminile, la contestazione studentesca, le lotte operaie, lo shock petrolifero del 1973 pongono fine alla cosiddetta pace sociale.

La musica diventa ben presto la colonna sonora della contestazione giovanile: scuole, teatrini di periferia e cinema diventano luoghi per concerti. Una parte della musica nata negli anni Settanta subisce dunque l'influenza delle lotte operaie e studentesche che richiedono un repertorio di canzoni alternative al sistema o comunque di rottura in quanto a generi e contenuti. Ma la profonda frattura sociale, i problemi politici, economici e culturali trovano una valvola di

¹²¹ Il movimento del Sessantotto è un fenomeno socio-culturale avvenuto negli anni a cavallo dell'anno 1968, durante i quali grandi movimenti di massa socialmente eterogenei interessarono quasi tutti gli Stati del mondo, con la loro forte carica di contestazione giovanile contro gli apparati di potere dominanti e le loro ideologie. sfogo anche nei grandi concerti, con violente contestazioni da parte di gruppi di sinistra.

Uno dei momenti di rottura del panorama musicale internazionale è il festival che si svolge a Woodstock, nello stato di New York, dal 15 al 18 agosto 1969. Doveva essere un'esibizione di medio richiamo, invece catalizzò l'attenzione del movimento giovanile statunitense con più di 400.000 giovani. Il motto dell'evento era "Tre giorni di pace e musica". Pochi giorni dopo, il 30 agosto 1969 più di 100.000 giovani si ritrovarono all'Isola di Wight, sulla Manica, per assistere ad un concerto evento analogo in cui si esibirono i Rolling Stones, i Beatles e Bob Dylan.



Figura 94 Un mare di folla al concerto dell'Isola di Wight

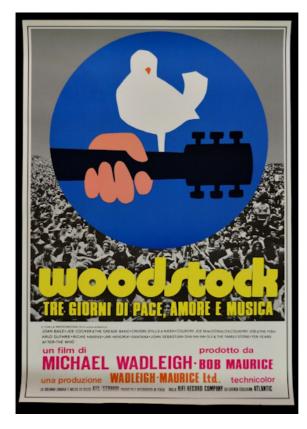


Figura 95 Manifesto del documentario su Woodstock, uscito nelle sale torinesi nel settembre 1970

In Italia le prime avvisaglie della rivolta nei confronti dei big della canzone si verificano tra il 25 settembre e il 13 ottobre 1970, quando il centro di produzione Rai organizza al Palasport di Torino un grande evento musicale dal titolo **Seimilauno**: si tratta di sei registrazioni live per la futura messa in onda di un varietà televisivo. Per la prima volta la Rai si impegna in un'esperienza popolare appianando le distanze, infatti tutti i concerti sono gratuiti. Al primo appuntamento ne sarebbero dovuti seguire altri cinque con cadenza bisettimanale, con grandi nomi della canzone italiana e internazionale: Gianni Morandi, Lucio Battisti, Milva, Massimo Ranieri, Caterina Valente, Patty Pravo e molti altri, con anche l'Orchestra Sinfonica di Torino della Rai.

Ma le cose non procedono come previsto: vengono fatti a fatica soltanto cinque appuntamenti a causa delle **proteste violente contro le celebrità**, accusate di conformismo o comunque di appartenere alla reazione capitalistica.

In Italia le prime avvisaglie della rivolta nei confronti dei big della canzone si verificano tra il 25 settembre e il 13 ottobre 1970, quando il centro di produzione Rai organizza al Palasport di Torino un grande evento musicale dal titolo **Seimilauno**: si tratta di sei registrazioni live per la futura messa in onda di un varietà televisivo. Per la prima volta la Rai si impegna in un'esperienza popolare appianando le distanze, infatti tutti i concerti sono gratuiti. Al primo appuntamento ne sarebbero dovuti seguire altri cinque con cadenza bisettimanale, con grandi nomi della canzone italiana e internazionale: Gianni Morandi, Lucio Battisti, Milva, Massimo Ranieri, Caterina Valente, Patty Pravo e molti altri, con anche l'Orchestra Sinfonica di Torino della Rai.

Ma le cose non procedono come previsto: vengono fatti a fatica soltanto cinque appuntamenti a causa delle **proteste violente contro le celebrità**, accusate di conformismo o comunque di appartenere alla reazione capitalistica.

Figura 96 Esibizione al Palasport di Lucio Battisti nel 1970, uno dei pochi artisti non contestati

Dunque il 68 porta con sé una rivoluzione culturale, una reazione dei consumatori che da passivi divengono attivi per ottenere più potere sulle politiche dei prezzi, sulla qualità e circolazione delle merci. Non sfuggono a queste logiche i prodotti musicali che diventano il bersaglio delle nuove generazioni.

Nel 1971 al Vigorelli di Milano¹²² si verificano i primi incidenti a causa del costo dei biglietti del concerto dei Led Zeppelin: i ragazzi non sono disposti a spendere tutta la loro paga per un concerto, in quanto per il movimento giovanile la musica viene vista come un patrimonio comune. I Circoli Giovanili, caratterizzati dalla parola chiave "autoriduzione", si compongono di giovani di diverse tendenze, quasi tutti però provenienti dalla sinistra extraparlamentare, ma a muoverli è una spinta politica più profonda della semplice riduzione del biglietto; un protagonista racconta: «Noi vogliamo riappropriarci di tutti i luoghi di scambio culturale dai quali siamo stati emarginati, vogliamo cambiarli e riportarli nel quartiere a disposizione di tutti» 123.

A Torino, in particolare, gli autoriduttori si segnalano per i danneggiamenti causati ai mezzi pubblici dell'Azienda Tranviaria Municipale. Si ricorda anche il **concerto di Carlos Santana al Palazzo dello Sport di Torino del 13 settembre 1977**, quando gli scontri all'esterno sono durati più di un'ora, con lancio di bottiglie incendiarie, sassi e bulloni contro le forze dell'ordine.

Ma l'episodio più grave si verifica nuovamente al **Vigorelli di Milano nel 1977**, terza data italiana

Vigorelli di Milano nel 1977, terza data italiana di Carlos Santana, quando una molotov colpisce il palco e costringe i musicisti alla fuga e ad abbandonare gli strumenti in fiamme. A questo punto sembra giunta la fine dei grandi concerti nel nostro Paese.

¹²² Impianto storico sportivo della città di Milano.



Figura 97 Articolo di giornale che racconta la guerriglia al Vigorelli di Milano nel 1971

L'invenzione dei grandi eventi

Dopo i gravi fatti degli anni '70 riprendono i concerti e Lucio Dalla si afferma come l'artista italiano più acclamato del momento: nell'aprile del 1979 è atteso a Torino e in poche ore i biglietti vanno esauriti; il Palasport è pieno con 14.000 spettatori, in una struttura che può ospitarne circa la metà, e ciò mette in luce che il glorioso impianto sia ormai inadeguato a contenere il pubblico dell'artista italiano più acclamato del momento.

Dopo il successo al Palasport, **Dalla matura l'idea** di organizzare il primo grande tour italiano negli stadi, idea rischiosa ma vincente per diversi motivi: gli spettatori, viste le premesse, sarebbero accorsi a migliaia garantendo la copertura dei costi, inoltre lo stadio sarebbe stato il luogo che più di ogni



Figura 98 Il manifesto del grande evento di Dalla e De Gregori, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

altro avrebbe permesso il contenimento dei prezzi, infine gli impianti da decine di migliaia di watt garantiscono un discreto ascolto anche nei punti più lontani dal palco. Rimane solo la questione di prevedere un biglietto d'ingresso a basso costo, in modo da prevenire gli scontri degli autoriduttori. A livello artistico, l'ideazione dell'evento prende corpo a Savona, insieme a De Gregori: infatti il tour parte proprio dallo stadio di Savona e tocca molte città italiane, tranne Milano (probabilmente per i fatti accaduti due anni prima). Il pubblico accorre in massa, ma sono le piazze di Torino e Napoli ad offrire uno spettacolo mai visto prima; il concerto allo Stadio Comunale di Torino nell'estate 1979 è un vero successo, con Dalla e De Gregori che cantano l'album "Banana Republic".



Figura 99 Dalla e De Gregori nel tour della svolta nel 1979

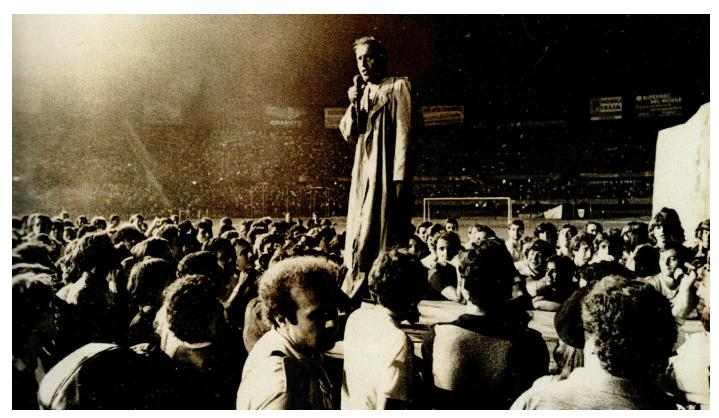


Figura 100 L'Eurotour di Adriano Celentano allo Stadio Comunale nel 1979, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

Lo Stadio Comunale di Torino, dopo Banana Republic, sembra una piazza facile da gestire e si prepara per ospitare la tappa torinese dell'Eurotour di Adriano Celentano il 19 luglio 1979; la volontà è quella di mantenere il prezzo sulle 4-5 mila lire (comunque il doppio rispetto a quanto richiesto da Dalla e De Gregori). Lo stadio è quasi pieno, ma la serata non ottiene il risultato sperato: i 25mila spettatori sono dovuti fuggire dopo sole quattro canzoni a causa delle proteste di un gruppo della curva Maratona 124, questa volta non per il prezzo dei biglietti ma a causa dell'impianto di amplificazione saltato per la pioggia, con quindi un'acustica ridotta a 3000 watt invece dei 12000 previsti.

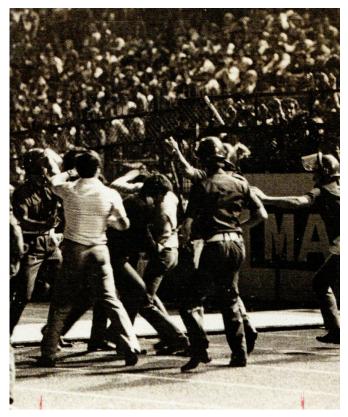


Figura 101 Gli scontri con la polizia dopo il concerto di Celentano nel 1979, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 102 La confusione rimasta nello Stadio Comunale dopo le proteste nel 1979, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

Le radio private

A metà degli anni 70 comincia a diffondersi una nuova realtà, quella delle radio cosiddette libere **che pone fine al monopolio Rai**: le frequenze non ancora occupate possono esserlo, in virtù di una mancata regolamentazione legislativa. Spuntano in ogni dove centinaia di radio pronte a trasmettere musica di ogni genere e, insieme alle canzoni, un messaggio politico e culturale che le accompagna. A Torino una di queste è **Radioflash**, che nasce in un appartamento di via San Tommaso nel novembre 1976: la musica è rock e l'orientamento è di sinistra, la storica frequenza è 97.6. I suoi fondatori sono Francesco Carboncini e Giorgio Visciglia, ma ben presto si unisce anche Luciano Casadei, organizzatore dei grandi concerti di quegli anni e responsabile della comunicazione del Partito Comunista. Radioflash non è solo una radio, ma è un vero e proprio fenomeno culturale che accompagna una generazione: racconta i cambiamenti della città, concede spazi alla musica indipendente e, grazie a Casadei, promuove quasi tutti i concerti dal vivo che si tengono a Torino.

¹²⁴ Una delle sezioni in cui è diviso lo Stadio Olimpico Grande Torino.

Il fenomeno delle radio libere porta conseguenze collaterali:

- Umberto Eco parla di "effetto accento", ovvero le notizie sembrano date dal vicino di casa e quindi perdono di rigidità e acquistano in freschezza;
- si amplia il numero di coloro che fanno giornalismo;
- si dà voce a minoranza linguistiche e ad aree geografiche e culturali rimaste fino ad allora ai margini;
- causano un crollo delle vendite dei dischi.

Dopo una prima esplosione a fine anni Settanta, negli anni Ottanta si sviluppano i network radiofonici e nel 1990 la regolamentazione pone ordine, fotografando e normando la situazione (legge Mammì).

A Torino Radioflash rimane attiva anche negli anni Novanta e Duemila, ma si avvia ad un lento declino subendo tra le altre cose la concorrenza delle nascenti radio sul web, fino ad arrendersi definitivamente nel 2019¹²⁵, quando la proprietà cede la frequenza all'editore di Radio Italia Uno, Manila e Fantastica.

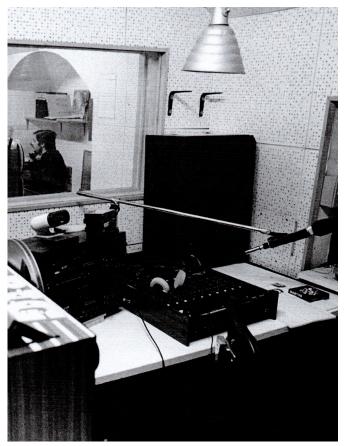


Figura 103 Gli studi di Radioflash nel 1981, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 104 Uno striscione con la frequenza e il logo di Radioflash

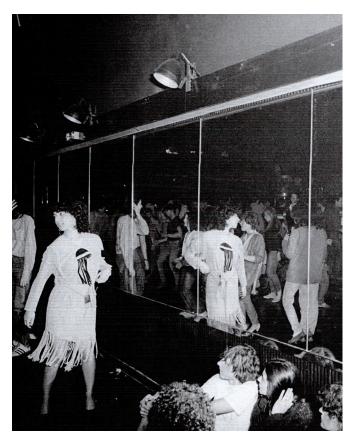


Figura 105 Una serata al Big Nepentha nel 1981, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 106 La sala del Tuxedo nel 1981, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

La disco music

Negli anni 70 si impone dunque il modello musicale del concerto rock, mentre ai suoi antipodi si colloca la musica disco. In Italia il fenomeno esplode a metà degli anni 70 con Gloria Gaynor e raggiunge il suo apice nel 1977, quando anche nel nostro Paese arriva nelle sale il film "La febbre del sabato sera", con i balli iconici di John Travolta e le musiche dei Bee Gees: d'ora in poi all'ascolto si preferisce il movimento e la discomusic mette in crisi le tradizionali sale da ballo.

Tuttavia, per quanto riguarda i gestori dei piccoli locali dove si esibivano gli artisti degli anni 60, la crisi era già in atto: il primo periodo di difficoltà si è verificato durante "l'Austerity" quando, per rispondere alle politiche nazionali sul risparmio energetico, sono costretti a chiudere a mezzanotte. Nella seconda metà degli anni 70 cercano faticosamente di adattarsi alle nuove richieste del pubblico, soprattutto da un punto di vista tecnico: rispetto agli anni 60, la musica da discoteca viene trasmessa con molti più watt e la gente preferisce ballare piuttosto che ascoltare un artista suonare dal vivo. Inoltre, alla fine degli anni 60 i locali tradizionali, tranne poche eccezioni, sono obsoleti.

Sono proprio i giovani a prediligere questo tipo di locali rispetto ai tradizionali dancing, mentre il concerto cambia definitivamente sede e si sposta dalla balera ai grandi spazi, i palazzi dello sport o gli stadi. Tra i locali più importanti a Torino si ricordano il Big Nepentha e il Tuxedo, entrambi non più presenti sul territorio ad oggi. L'orchestra dal vivo viene quindi soppiantata dalla nuova figura del disc-jockey e i vantaggi per i gestori non sono da poco:

- i costi sono ridotti, in quanto viene retribuita una persona sola;
- la musica è varia, dato che non si esibisce un solo artista ma vengono trasmessi più brani diversi;
- i dischi non possono arrivare in ritardo allo spettacolo;
- il suono è tecnicamente migliore.

¹²⁶ Periodo tra il 1973 ed il 1974, durante il quale molti governi dei Paesi occidentali, compreso quello italiano, furono costretti ad emanare disposizioni volte al drastico contenimento del consumo energetico, in seguito alla crisi petrolifera del 1973.

Dunque ci sono **tre formule di intrattenimento:** i locali con musica dal vivo (in costante decadenza), le discoteche e i grandi concerti nei mega impianti. Gli artisti che avevano puntato tutto sugli spettacoli live per un pubblico relativamente ridotto sono in difficoltà, mentre trionfano i cantautori, i gruppi rock e i cantanti disco-music.

Inoltre, negli anni Cinquanta i negozi di dischi erano pochi e molti di essi vendevano anche altre merci, soprattutto elettrodomestici, con personale spesso incompetente, oppure la vendita avveniva nei supermercati, i nuovi punti vendita che stavano via via affermandosi; invece tra gli anni Settanta e Ottanta si assiste al boom dei negozi specializzati nella vendita dei vinili.



Figura 107 Lo storico marchio Ricordi e, sul sacchetto di plastica del ragazzo davanti alla vetrina, il logo de Il Disco lò, altro negozio torinese specializzato, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 108 L'interno di un negozio specializzato di musica, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

Gli anni Ottanta: tutti al Comunale

Il modello di concerto introdotto da Dalla e De Gregori genera un processo inarrestabile: gli anni 80 sono contraddistinti dalle esibizioni nei grandi stadi. La musica suscita e crea aggregazione, soddisfa il bisogno di stare insieme dei giovani.

Le case discografiche sono molto interessate al mega concerto per la forte valenza promozionale che esercita sul pubblico, ma raramente si accollano gli oneri per la produzione dell'evento; la storica radio torinese Radioflash pianificherà praticamente tutti i principali eventi degli anni Ottanta (tra cui quello di Dalla e De Gregori). Con il tempo però il pubblico diventa sempre più esigente: da amplificazioni essenziali si passa ad attrezzature sempre più sofisticate non solo in termini di qualità del suono, ma anche di grandezza del palco, impianti luci, scenografie e qualità visiva con l'introduzione dei megaschermi.

Le radio libere sono il vivaio da cui nascono le nuove figure chiave del decennio, ovvero gli organizzatori musicali (agenti, impresari, manager) che si dedicano esclusivamente all'esibizione live, su tutti Luciano Casadei, di cui si è già detto, e David Zard, che porta a Torino artisti come David Bowie, i Rolling Stones, Madonna e Michael Jacskon.

Nascono poi i primi video musicali, trasmessi dalle TV private come Video Music (già citata nel Capitolo 1.1): il rapporto fra musica e immagine culmina nei videoclip, ideati, secondo alcuni, proprio perchè la disco-music è priva di contenuti e si rende quindi indispensabile un supporto visivo. Il look e l'immagine degli artisti diventano determinanti e finiscono spesso per rubare la scena alla musica, per esempio, per quanto riguarda gli artisti italiani si ricordano i look iconici di Patty Pravo e Renato Zero; o ancora quello di Gianna Nannini, definita nel 1981 come la prima donna rock italiana.

A Torino, oltre allo Stadio Comunale e al Palasport, il **Teatro Colosseo**, aperto a fine anni Sessanta come palestra di pelota e in seguito come sala cinematografica, diventa nel 1982 un luogo di spettacolo.



Figura 109 Il look di Patty Pravo durante l'esibizione al Comunale nel 1980, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 110 I temi della sessualità trasgressiva nell'esibizione di Renato Zero al Comunale nel 1980, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

L'11 luglio 1982 avviene un ulteriore evento importante per la città sabauda: la nazionale italiana di calcio, dopo 44 anni, vince il terzo titolo mondiale nella finale contro la Germania, giocata a Madrid. Quello stesso giorno, a circa 1500 km di distanza, al Comunale di Torino, nello stadio di casa dei novelli campioni, si esibiscono i Rolling Stones, e tutto ciò porta Torino e l'Italia al centro del mondo.

Infatti, nel settembre 1988 Torino è l'unica tappa italiana del grande tour mondiale Human Rights Now!: i venti concerti, che toccano tutto il mondo, sono celebrativi dei 40 anni dalla Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo e hanno lo scopo di raccogliere fondi da destinare ad Amnesty International. Al Comunale di Torino si registra il sold out con 60.000 spettatori per oltre sei ore di musica. In ogni Paese, ai musicisti internazionali presenti in tutte le date si aggiunge un cantante locale, che per Torino è Claudio Baglioni. Però il contesto, tendente al puro rock, non si adatta alla sua fama di cantautore dell'amore e il pubblico lo accoglie malamente.

Inoltre, negli anni Ottanta la necessità di nuovi spazi di aggregazione crea il proliferarsi di locali musicali, alcuni non proprio adatti allo scopo, come ad esempio a Torino i Centri d'Incontro di Mirafiori Sud e box auto trasformati in sala prove.

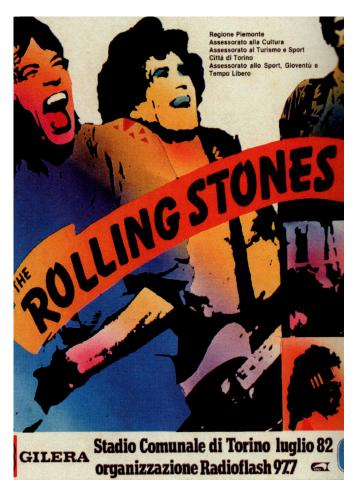


Figura 111 Il manifesto del concerto dei Rolling Stones nel 1982, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 112 La folla al Comunale nel 1982, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 113 Giorgio Balmas, a sinistra, con il tenore Peter Schreier e il pianista Jorg Demus

Giorgio Balmas: i punti verdi e Settembre Musica

A metà degli anni Settanta Giorgio Balmas, eletto assessore per la Cultura il 14 luglio 1975¹²⁷, inventa la musica dal vivo nei parchi e nelle piazze torinesi. A 19 anni, quando frequentava il liceo classico Cavour, aveva fondato l'Associazione Studenti Amici della Musica, che prese poi il nome di Unione Musicale, con l'obiettivo di «dare allo studente musica ben eseguita, rendendone facile la comprensione, ma soprattutto annullando quelle barriere che esistevano tra la musica classica, fino

ad allora riservata ad una élite culturale e sociale, **e gli studenti**». L'Unione Musicale, che diresse fino al 1975, fu l'asse portante della crescita di Torino come città della musica.

Nel '75 Torino emergeva faticosamente dagli anni bui del terrorismo ¹²⁸, era una città malinconica che viveva ai ritmi della fabbrica. Eppure nell'estate dell'anno successivo **Balmas inventò i Punti Verdi, aprendo per la prima volta i parchi cittadini a spettacoli capaci di coinvolgere un pubblico appartenente a tutti i censi e a tutte le età,** scoprendo che la gente aveva voglia di uscire e di divertirsi.

«Erano la sola occasione per rimettere insieme la gente negli anni della città-fabbrica e del terrorismo» racconta Balmas in un'intervista a "Repubblica" nel 2005, «Non era ancora esploso il fenomeno dei pub, dei locali. Oggi esistono luoghi d'incontro che allora non c'erano: il Quadrilatero, i Murazzi... Io ho semplicemente interpretato le necessità dei tempi... Ci sentivamo un'avanguardia con intorno tanta diffidenza. Torino era una città ricacciata dalla paura. Si parlava sempre di "aggregazione", di rimettere insieme persone disturbate e rese solitarie dagli anni di piombo».

L'obiettivo dei Punti Verdi era quindi quello di **portar fuori la gente, facendo scoprire angoli urbani sconosciuti** o rivestendo questi in una veste nuova come Italia '61. L'idea era **proporre uno spettacolo di diverso genere ogni sera in un diverso parco cittadino, si rimescolavano i pubblici e il prezzo era basso**, ma senza rinunciare alla qualità¹²⁹.

Tra i Punti Verdi c'erano lo sconosciuto **Parco Sempione** al fondo di Corso Vercelli, il **cortile di Palazzo Reale** con le prime maratone notturne di film, la **Tesoriera** e la **Pellerina** con i cantautori e il rock dove venne costruito il primo megaschermo di Torino, e altri ancora. L'idea da Torino approdò l'anno successivo a Roma e poi nel resto d'Italia.

 ¹²⁷ Prima di lui l'assessore alla Cultura nel Comune di Torino non esisteva.
 128 Gli anni di piombo identificano in Italia un periodo storico compreso tra la fine degli anni 1960 e gli inizi degli anni 1980, in cui si verificò un'estremizzazione della dialettica politica che produsse violenze di piazza, lotta armata e terrorismo.

¹²⁹ Gli unici spettacoli estivi fino a quel momento erano quelli che l'Ente Turismo organizzava ai Giardini Reali, quindi eventi di élite.



Figura 114 Domenica musica: dieci concerti da aprile a maggio nel Parco della Tesoriera nel 1981, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 115 Il pubblico riunito al Parco della Tesoriera, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 116 Lo striscione di Settembre Musica in Via Roma, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022



Figura 117 Il logo di Settembre Musica tra i passanti sotto i portici di Piazza Castello, fonte M. Baima e F. Peirone, Una città per cantare, 2022

Ma Giorgio Balmas inventò anche Settembre Musica: l'idea di partenza era importare a Torino, per un pubblico metropolitano, il modello aristocratico delle "Settimane musicali" che si tenevano a Stresa. Vennero fatti concerti di successo come l'esecuzione della Nona di Beethoven nel centocinquantenario della morte del compositore, suonata dall'orchestra sinfonica e coro di Torino della Rai in piazza San Carlo; ma anche nel '77 l'esecuzione dell'Ottava Sinfonia di Mahler al Palazzetto dello Sport al Parco Ruffini, suonata rare volte in Italia prima d'allora.

Il Maestro Maurizio Pollini lo ricorda: «Il suo desiderio più profondo [di Balmas] era che tutti potessero scoprire e condividere la bellezza della musica. I concerti gratuiti, l'apertura di luoghi della città tradizionalmente non riservati alla musica, l'attenzione alla creatività del nostro tempo: erano queste le idee ispiratrici di Settembre Musica».

Dunque Torino in questi anni sta vivendo un indubbio momento di rinascita culturale, sia per il numero delle manifestazioni sia perchè a partecipare è un pubblico nuovo, prima estraneo alla vita culturale cittadina. Dalla considerazione di ciò e quindi dall'esigenza di radicare, attraverso strutture stabili, la proiezione di valenze al di là della singola manifestazione contingente, è maturata la scelta di riadattare la Mole a spazio espositivo.

All'inizio dell'85, Balmas riprese l'insegnamento e fu chiamato ad organizzare i concerti del Lingotto, arricchito dell'Auditorium Giovanni Agnelli progettato da Renzo Piano, a presiedere la Commissione Cultura quando venne rieletto consigliere nel 1997 nelle file di Rifondazione Comunista, alla esperienza della Soprintendenza del Teatro Regio, e infine alla presidenza dell'Istituto Musicale di Rivoli Ad un giornalista che nel '78 gli chiese quale fosse il motivo per cui gli sarebbe piaciuto essere ricordato nel momento in cui non fosse più stato assessore, Balmas rispose: «Per essere riuscito a far conoscere a qualche cittadino un luogo di cultura, all'aperto o al chiuso, dove prima non era mai stato».

Tra fine secolo e nuovo millennio

Negli anni Novanta in tutta Italia si lamenta ancora la mancanza di adeguati spazi da adibire alla musica popolare: i grandi impianti possono contenere migliaia di persone, ma sono stati ideati per lo sport (questo problema, come si vedrà nei capitoli a seguire, continua ad essere un tema attuale).

Spesso le polemiche per la concessione degli stadi affiancano la cronaca dell'evento musicale¹³⁰; inoltre, dal punto di vista acustico, le strutture producono **rimbombi e riverberi** di ogni tipo. In altri casi è la **distanza del pubblico** dal palco a stravolgere l'idea stessa del concerto: la star non si trova a contatto con il pubblico, ma ben distante da esso.

Se la musica classica per anni in Italia è stata l'unica considerata degna di essere sostenuta, non solo economicamente, ma anche attraverso la realizzazione di strutture dedicate (teatri. auditorium...), ancora negli anni Novanta e Duemila sono i grandi eventi sportivi a fornire nuovi spazi per i concerti: i mondiali di calcio del 1990 portano alla costruzione dello **Stadio delle** Alpi e del Palastampa, strutture che avranno vita breve, ma che saranno utilizzate a più riprese per i concerti rock. Inoltre, nel 1994 viene ultimato l'Auditorium Giovanni Agnelli al Lingotto, splendida struttura realizzata da Renzo Piano che ospita non solo eventi di musica classica. Le Olimpiadi del 2006 portano invece alla realizzazione del PalaIsozaki (oggi Alpitour), un impianto al coperto capace di contenere 15.657 spettatori e dotato di una buona acustica e al restyling del vecchio Stadio Comunale (oggi

A partire dagli anni Novanta l'intrattenimento musicale underground torinese si svolge presso i **locali notturni dei Murazzi** in riva al Po, un cambio di rotta accolto da pareri contrastanti: ai giovani entusiasti frequentatori fanno da contraltare le lamentele dei residenti di piazza Vittorio per una movida un po' troppo esuberante.

Olimpico Grande Torino).

 $^{^{\}rm 130}$ Per esempio, il prato del Comunale subisce vari danni durante il concerto dei Rolling Stones.

Oltre ai luoghi dedicati ai raduni di massa, nell'area torinese si sviluppa una rete di teatri, club e locali musicali che, pur con minore capienza, offrono un buon ascolto di musica dal vivo di vario genere.

Si ricordano per esempio il **Folk Club**, lo **Spazio211**, il **Tunnel Club** e il **Teatro della Concordia di Venaria**, alcuni dei quali sono ancora presenti oggi e saranno trattati nei paragrafi a seguire.



Figura 118 Il palco del PalaAlpitour



Figura 119 Jovanotti allo Stadio Olimpico Grande

4.2

I luoghi musicali di oggi

Come già visto nel Capitolo 3.4.2, l'Annuario Statistico della SIAE fornisce il numero dei luoghi per i concerti negli anni scendendo anche a livello regionale, dunque possiamo ricreare una fotografia dei luoghi musicali nel Piemonte dopo il periodo pandemico.

Il numero dei luoghi per i concerti in Piemonte nel 2022 è 1.490, ovvero l'8,95% del totale italiano (16.651): questo numero è più che raddoppiato rispetto al 2021, anno in cui ne sono stati registrati 605 (+146,3%), e segna anche un significativo +279% rispetto al 2020, anno che ha visto il picco delle chiusure dei luoghi dello spettacolo; ma il dato più importante è l'ampio superamento dei dati pre pandemici, 940 luoghi nel 2019 (+58,5%), a conferma della forte ripresa del 2022.

Andando ad osservare nel dettaglio i tre generi presi in analisi, si può notare come i luoghi per i concerti di musica classica siano in diminuzione, anche se molto lieve¹³¹, rispetto al pre pandemia:

263 luoghi nel 2022 contro i 265 del 2019, tuttavia c'è comunque stata una buona ripresa dal 2020. Il genere di musica pop, rock e leggera si conferma sempre quello più diffuso sul territorio con 1.005 luoghi nel 2022, più che triplicati rispetto all'anno precedente (+237,2%), con quindi una crescita esponenziale nel 2022 mentre invece nel biennio 2020-2021 la risalita è stata lenta; inoltre, i risultati dell'ultimo anno hanno quasi raddoppiato quelli del 2019, mostrando anche qui di essere il genere trainante del settore. Buoni risultati ha ottenuto anche il jazz, genere più di nicchia ma in Piemonte molto diffuso vista la tradizione torinese musicale, che nel 2020 ha segnato una presenza drammatica di 49 luoghi per concerti, riprendendosi però già molto bene l'anno successivo (+112,2%) e risalendo ancora nel 2022 con 222 luoghi, valore superiore quasi del doppio rispetto al periodo pre pandemico (+79%).

¹³¹ Trascurabile poichè, essendo i risultati relativi solo fino al 2022, è probabile che nel 2023 questa minima inferiorità sia stata pareggiata o superata.

Abbiamo quindi una panoramica quantitativa dei luoghi della musica nella regione, ma a livello provinciale della Città Metropolitana di Torino non esiste ad oggi un sistema di mappatura di tutti i luoghi della musica dal vivo. Per questo motivo diventa interessante guardare ad alcune esperienze recenti di studi parziali ed analisi che potrebbero essere da spunto per l'organizzazione di una mappatura il più completa possibile della città. Un primo strumento molto utile con il quale si può iniziare a costruire il panorama torinese è Torino Giovani¹³², il portale del Comune dove è possibile trovare un elenco di iniziative, festival musicali, locali e serate.

Un secondo caso è la ricerca "Mover la Movida"¹³³, progetto che ha previsto un'analisi su scenari strategici e proposte per una governance partecipata delle aggregazioni notturne a Torino, andando quindi ad indagare, tra gli altri, anche i luoghi notturni della musica live.

Un terzo studio molto interessante è quello di "**Io sono la musica che ascolto**"¹³⁴ di Daniele Citriniti, realizzato due volte tra novembre e

maggio degli anni 2017- 2018 e 2018-2019, con l'obiettivo di **tracciare in modalità partecipativa** tutti gli spettacoli dal vivo presenti sul territorio della Città di Torino. Nel dettaglio, l'intento è stato quello di dotare il settore culturale torinese, a partire della musica dal vivo, di numeri e dati reali con la partecipazione del pubblico, affiancando i soggetti eterogenei che operano nel settore stesso, istituzioni, enti culturali, gruppi informali e imprese che abitualmente sviluppano indagini di settore in ambito culturale, ma senza focus specifici sulla musica live ed esclusivamente "dall'alto". Infatti i suddetti soggetti abilitati a compiere queste indagini e a consegnarle alle istituzioni, tracciano esclusivamente le realtà registrate in Camera di Commercio, all'agenzia delle entrate, nei registri delle associazioni, tra i vincitori di bandi delle fondazioni e gli enti pubblici. Spesso non vengono prese in considerazione piccole iniziative culturali che coinvolgono un pubblico di nicchia e, in una visione di innovazione culturale e sociale come quella odierna, se non vengono studiate e supportate anche le piccole iniziative culturali si rischia di perdere lo scenario attuale e potenziale.

Musica pop, rock e leggera

Musica classica

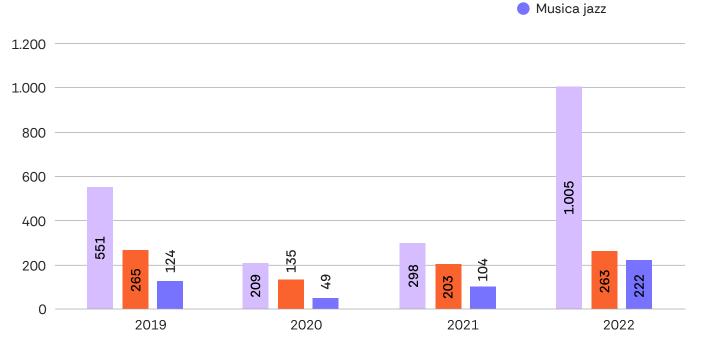


Grafico 39 Il numero dei luoghi per concerti in Piemonte, suddivisi per genere musicale dal 2019 al 2022, elaborazione su fonte SIAE

¹³³ Progetto realizzato da un gruppo di lavoro del Future Urban Legacy Lab (FULL) del Politecnico di Torino per conto del Comune di Torino, Divisione Decentramento, Servizi Culturali e amministrativi, giovani e pari opportunità, su iniziativa finanziata da Compagnia di San Paolo tramite bando Next Generation WE 2021.

 $^{^{134}}$ Progetto di mappatura musicale sviluppato da Reset Festival e The Goodness Factory con il sostegno di Compagnia San Paolo e in partnership con Spotify e La Feltrinelli.

Dunque, questi studi e strumenti citati sono stati utili ed affiancati ad un'approfondita ricerca Internet sui luoghi torinesi, ad ulteriori strumenti come Google Maps, all'integrazione dei luoghi del passato menzionati nel libro "Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino", e infine alle interviste svolte a diverse categorie di persone del settore, dai proprietari di locali e organizzatori di eventi ai responsabili di festival e manifestazioni musicali, dagli operatori culturali ai musicisti e tecnici locali.

Tutti questi elementi, come vedremo, hanno quindi permesso di costruire una mappatura il più possibile completa e attuale dei luoghi della musica nella Città di Torino (e qualcosa nella prima cintura provinciale), che sono stati suddivisi in diverse categorie:

- locali specializzati;
- locali non specializzati;
- live club/sale concerti;
- palazzetti/stadi;
- teatri/auditorium;
- circoli/centri sociali.

Locali specializzati e non

Per locali specializzati si intendono quei luoghi professionali che hanno come primo obiettivo quello di fare musica, sono dotati di un palco abbastanza grande e di attrezzature adeguate. Come possiamo vedere nella *Mappa 5*, i luoghi considerabili di questo tipo sono molti pochi, solamente 3, e questo perché, come è stato detto precedentemente e come verrà confermato anche dalle interviste a seguire, non esistono a Torino e in Italia degli spazi costruiti apposta per la musica contemporanea e popolare¹³⁵; infatti l'Hiroshima Mon Amour è un'associazione culturale che occupa gli spazi dell'ex scuola elementare Achille Mario Dogliotti, mentre il Blah Blah è nato come cinema. Questi luoghi però si trovano abbastanza dislocati sul territorio, uno centrale e due periferici ai poli opposti, ed è interessante notare che siano tutti e tre dei locali simbolo storici, ad ulteriore conferma che negli anni a seguire non siano sorti altri spazi di questo tipo:

- L'Hiroshima Mon Amour nel quartiere Lingotto, dal 1986 punto di riferimento per la musica dal vivo a Torino e in Italia, perchè è uno dei 10 locali più longevi della storia della musica dal vivo italiana. Si tratta a tutti gli effetti di un live club, quindi con un palco attrezzato che può accogliere fino a 500-600 persone a sera, senza limiti di genere musicale e rivolto ad un pubblico eterogeneo; ma è anche un local promoter, ovvero oltre a produrre spettacoli all'interno del locale, idea e organizza festival, rassegne e spettacoli a teatro su tutta la regione¹³⁶.
- Lo storico **Le Roi Music Hall** nel quartiere Barriera di Milano, **nato nel 1926** (come è stato visto nel Capitolo 4.1). Ad oggi è cessata l'attività di cinema ma ha mantenuto quella di dancing, infatti questo magnifico spazio vintage-moderno ospita eventi musicali di vario genere¹³⁷.

 $^{^{\}rm 135}$ Termine utilizzato per escludere il mondo della musica classica, che invece ha da sempre delle proprie sedi adeguate.

¹³⁶ Organizzatori di Flowers Festival a Collegno e di Attraverso Festival ad Asti, Alessandria e Cuneo.

• Il **Blah Blah** in Centro, **nato nel 1907** come Cinema King Kong per famiglie, è diventato nel tempo luogo di ibridazione e contaminazione di arte, musica, cinema e parole. Il locale offre concerti di qualità, indipendenti e insoliti tra il jazz e il vintage soul, il rock, il funk, le sonorità pesanti e l'elettronica; negli anni sono sorti anche un ristorante e un bar, che rimangono però secondari alla musica¹³⁸.

Per **locali non specializzati** si intendono invece quei luoghi la cui attività principale non ha a che vedere con la musica, ma hanno un altro scopo, tuttavia si prestano per eventi live o affiancano la musica alla loro attività primaria. Sono stati suddivisi in 20 spazi culturali/polifunzionali e 21 ristoranti/pub/bar: i primi comprendono palazzi storici, musei, centri culturali che svolgono normalmente la loro attività ma che ogni tanto ospitano spettacoli di musica dal vivo, tra cui per esempio le OGR, il Lingotto Fiere, la Nuvola Lavazza, Palazzo Madama, il Museo Egizio, la GAM e molti altri; i secondi comprendono invece ristoranti e pub che affiancano esibizioni di musica live alla loro attività di ristorazione, come EDIT Porto Urbano, This Is Combo, Amen Bar Docks Dora, Officine Ferroviarie, Il Maglio Rock House Restaurant, Il Magazzino Di Gilgamesh e altri. Nel focus della Mappa 4 si può vedere che entrambe le categorie sono presenti soprattutto nella parte centrale di Torino, nello specifico nei quartieri Centro, Aurora, San Salvario e Crocetta. I ristoranti e pub si allargano anche in quartieri più periferici, come Barriera di Milano e Sassi, mentre i poli culturali arrivano a Nizza Millefonti e nella prima cintura metropolitana, a Settimo Torinese, Nichelino, Grugliasco, Rivoli e Venaria Reale.



Figura 120 L'ingresso dell'Hiroshima Mon Amour



Figura 121 Il Blah Blah sotto i portici di Via Po



Figura 122 Le OGR ospitano anche concerti di diversi generi



Figura 123 Un'esibizione di musica live agli Amen Bar Docks Dora



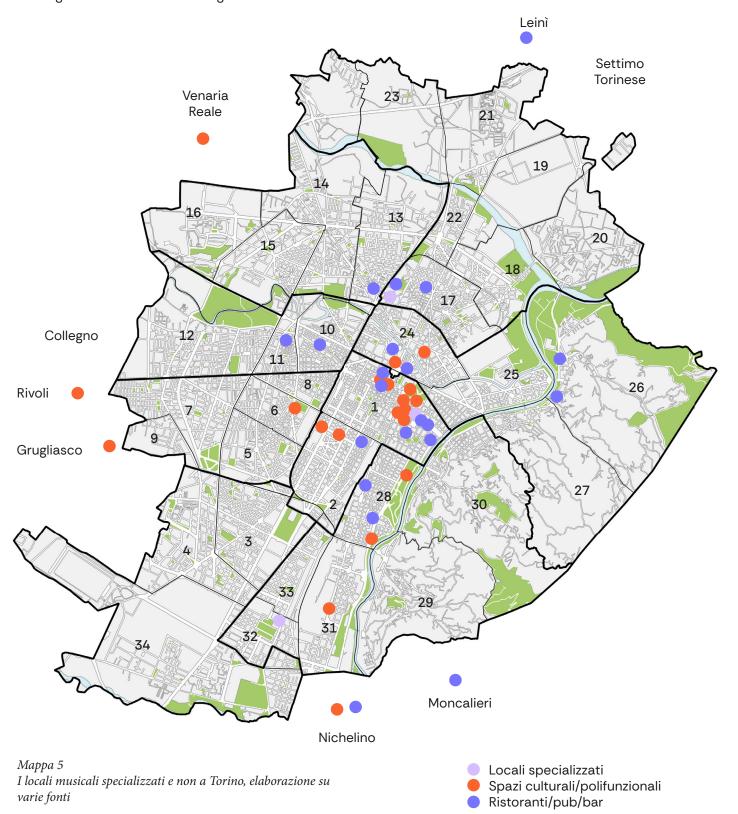
Mappa 4 Focus dei locali musicali specializzati e non nel Centro di Torino, elaborazione su varie fonti

- 1. Centro
- 2. Crocetta
- 3. Santa Rita
- 4. Mirafiori Nord
- 5. Borgo San Paolo
- 6. Cenisia
- 7. Pozzo Strada
- 8. Cit Turin
- 9. Borgata Lesna

- 10. San Donato
- 11. Campidoglio
- 12. Parella
- 13. Borgo Vittoria
- 14. Madonna di Campagna
- 15. Lucento
- 16. Vallette
- 17. Barriera di Milano
- 18. Regio Parco

- 19. Barca
- 20. Bertolla
- 21. Falchera
- 22. Rebaudengo
- 23. Villaretto
- 24. Aurora
- 25. Vanchiglia
- 26. Sassi

- 27. Madonna del Pilone
- 28. San Salvario
- 29. Cavoretto
- 30. Borgo Po
- 31. Nizza Millefonti
- 32. Lingotto
- 33. Filadelfia
- 34. Mirafiori Sud



Live club/sale concerti e palazzetti/stadi

I live club e le sale concerti sono stati distinti dai locali specializzati in quanto, in genere, sono meno professionalizzanti, hanno capienze più ridotte e conseguentemente a ciò un palco più piccolo; tuttavia, la maggior parte si distingue per spettacoli di musica dal vivo di qualità, con una buona e vasta offerta musicale affiancata ad un intento di affermarsi come presidi culturali a 360° tra i giovani torinesi. Ne sono stati individuati 13 e la *Mappa 6* mostra che sono localizzati prevalentemente nel Centro e nelle zone più periferiche di Barriera di Milano e Vanchiglia. Sono molti quelli di rilievo nel panorama cittadino:

- Lo **sPAZIO211**, situato in Barriera di Milano e nato negli anni '90 come sala prove e studio di registrazione all'interno di un centro polifunzionale, negli anni fu ristrutturato, allestito ed attrezzato per ospitare concerti ed eventi di musica dal vivo, con l'inaugurazione nel 2005. Ha ospitato migliaia di eventi con artisti di livello internazionale e ha creato festival importanti, tra tutti il TOdays Festival, ma la filosofia che c'è alla base è sempre la stessa: dare spazio a chi non ne ha, raccogliere contaminazioni e proporre progetti originali, prediligendo il rock e l'elettronica, la musica folk e indie. Ad oggi, sPAZIO211 è a tutti gli effetti il cuore pulsante della scena musicale torinese tanto apprezzata a livello nazionale e proprio per questo un'eccellenza della città. Tuttavia, negli anni il locale ha affrontato non poche difficoltà causate dal livello di degrado della periferia circostante, con episodi gravi e continui di furti e minacce, che ne hanno costretto la chiusura ad ottobre 2023, anche se poco dopo, in seguito ad un tavolo di confronto con le Amministrazioni del Comune di Torino, si è giunti ad un accordo per favorirne la riapertura¹³⁹.
- Bunker, anch'esso in Barriera di Milano, è un centro culturale metropolitano a fianco del grande vuoto urbano dell'ex scalo ferroviario Vanchiglia. Il progetto di un luogo vivo per il godimento della

- cultura urbana è nato nel 2013 ed è diventato ben presto un punto di riferimento per progetti pionieristici; ad oggi Bunker è una delle **mete di riferimento del clubbing torinese e della musica live**, grazie ad un palco esterno per rassegne estive, ispirandosi ad un modello ibrido tra club e spazio artistico multifunzionale, con anche un teatro e spazi per lo sport e la ristorazione¹⁴⁰.
- OffTopic in Vanchiglia è un hub culturale nato nel 2017, progettato dal Torino Youth Center¹⁴¹. Si tratta di un centro ibrido, infatti prevede attività formative e co-working, residenze artistiche, musica live, teatro, proiezioni, reading, attività sociali e di promozione del territorio. Nello specifico Cubo (teatro), Bistrò (ristorante) e Cortile (spazio esterno) sono gli spazi all'interno dei quali la musica prende vita attraverso concerti, mini live, dj set con artisti di ogni genere e provenienza, infatti non c'è un genere specifico in quanto spazia dalla classica al pop al jazz. Inoltre, le notti dell'hub culturale sono un vero e proprio punto di riferimento per il mondo del clubbing¹⁴².
- Magazzino sul Po, al confine tra Centro e Vanchiglia ai Murazzi, è un contenitore di cultura, arte e socialità attivo sul territorio torinese dal 2005, che si occupa di organizzare live e dj set ma anche spettacoli teatrali, reading di poesia, mostre visive, rassegne letterarie e iniziative sociali. Negli anni è diventato un punto di riferimento della scena musicale torinese, affiancandosi alla fama dello sPAZIO211, tanto che viene cercato non solo da artisti ma anche da associazioni e collettivi. Il genere è vario, con un occhio di riguardo per la scena torinese¹⁴³.
- Cap10100, in Borgo Po, è un centro del protagonismo giovanile della città di Torino che dal 2012 ospita diverse realtà che lo rendono uno spazio polivalente. È fortemente attivo nel settore dello spettacolo dal vivo di ogni genere, dalla musica al teatro al dj set, oltre ad impegnarsi nella

¹⁴¹ Il Torino Youth Centre è un'associazione di secondo livello composta da 12 realtà tra associazioni e imprese, riconosciuto dal Comune di Torino come Centro di Protagonismo Giovanile.



Figura 124 Un cantante si lancia sul pubblico allo sPAZIO211



Figura 126 Si canta in tutti gli spazi dell'OffTopic

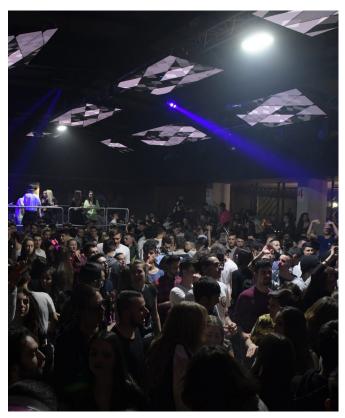


Figura 125 Tantissimi giovani al Bunker



Figura 127 Una band suona sul palco del Magazzino sul Po



Figura 128 La musica live sul palco del Cap10100



Figura 129 Estate in Circolo, la sede estiva sopravvissuta dell'ARTeficIO Music Club



Figura 130 Lo storico Folk Club



Figura 131 L'attuale palco del Jazz Club Torino

produzione culturale e al protagonismo giovanile. Sul palco di Cap10100 si sono realizzati spettacoli di grande prestigio, esibiti alcuni tra i migliori artisti italiani, ed è stato un trampolino di lancio per molti di loro¹⁴⁴.

- L'ARTeficIO Music Club è un centro culturale attivo dal 2017 in pieno Centro, dedicato all'espressione di ogni forma artistica come musica, teatro, fotografia, pittura e danza. Il genere musicale trattato è quello del jazz e del blues. Tuttavia, questo hub non ha più la sede principale, chiusa a novembre 2022 causa burocrazie, dunque ad oggi l'organizzazione degli eventi avviene in maniera diffusa, ad eccezione della stagione estiva in cui gli spettacoli sono organizzati nello spazio Estate in circolo, accanto alla ex sede¹⁴⁵.
- Folk Club, altro locale storico nato nel 1988 e situato in Centro, in oltre trentacinque anni di attività ininterrotta ha proposto nello spazio torinese più di 1.700 concerti di svariati generi musicali, la maggior parte dei quali di rilevanza nazionale, internazionale e mondiale.
- Grazie alla straordinaria linea artistica dei concerti ospitati e alla particolare atmosfera di intimità tra pubblico e musicisti che immancabilmente si crea, il FolkClub si è guadagnato, per pubblico, critica e addetti ai lavori, la ben nota reputazione internazionale di uno tra i migliori club d'Europa per la musica live¹⁴⁶.
- Jazz Club Torino, nato nel 2009 in Centro, è da anni uno dei principali palcoscenici nazionali della musica jazz. Punto d'incontro per tutti gli amanti del genere, offre un calendario di concerti vario ed attento alle recenti tendenze musicali, ribalta ideale anche per le nuove leve di musicisti. Tuttavia, dopo la pandemia la gestione è cambiata dopo ben 10 anni e sono state apportate delle modifiche nella programmazione, con la parte di ristorazione che ha acquisito maggior importanza, motivo per il quale il locale è stato accusato di essere diventato troppo commerciale¹⁴⁷.

I palazzetti e gli stadi sono invece grandi strutture multifunzionali, nate prevalentemente per motivi sportivi, come è già stato detto; per quanto riguarda la musica sono destinati ai grandi concerti, infatti sono adatti ad ospitare palchi di dimensioni maggiori, attrezzature professionali e una capienza di molto superiore rispetto a quella dei live club o dei locali specializzati. A Torino ne sono presenti 3, situati nella zona Sud-ovest della città, alcuni dei quali sono stati già citati nel capitolo dedicato alla storia musicale torinese:

- Lo Stadio Olimpico Grande Torino, nel quartiere di Santa Rita, è un impianto sportivo multifunzionale inaugurato nel 1933, che ad oggi ha una capienza di circa 25.300 posti, il più grande della città. Benchè l'uso prevalente sia quello calcistico, lo stadio negli anni è stato sede di numerosi concerti a cielo aperto di artisti sia nazionali sia internazionali; generalmente gli eventi musicali appartengono al genere pop e rock, ma in realtà ospita anche spettacoli di musica classica 148.
- Il Pala Alpitour (che da febbraio 2024 verrà chiamato Inalpi Arena per i prossimi cinque anni), situato in Santa Rita accanto allo Stadio, è un impianto polifunzionale coperto inaugurato nel 2005; con una capienza di circa 15.657 posti, è una delle più capienti strutture coperte d'Italia per uso sportivo e di spettacoli. Negli anni ha ospitato concerti di vario genere ed è stato la sede della sessantaseiesima edizione dell'Eurovision Song Contest, che si è svolta dal 10 al 14 maggio 2022 (di cui si parlerà più approfonditamente nei paragrafi seguenti)¹⁴⁹.
- Il Palazzetto dello Sport (intitolato all'ex allenatore di basket Gianni Asti) è un'arena coperta polifunzionale inaugurata nel 1961 e situata nel quartiere di Pozzo Strada, all'interno del Parco Ruffini. Oltre agli eventi sportivi, a partire dalla metà degli anni Sessanta è stato sede di molti tour di concerti di musica pop, rock e jazz, con una capienza di 4.446 posti.



Figura 132 Lo Stadio Olimpico Grande in Piazza d'Armi



Figura 133 Il Pala Alpitour, anch'esso in Piazza d'Armi



Figura 134 Il PalaRuffini nell'omonimo parco

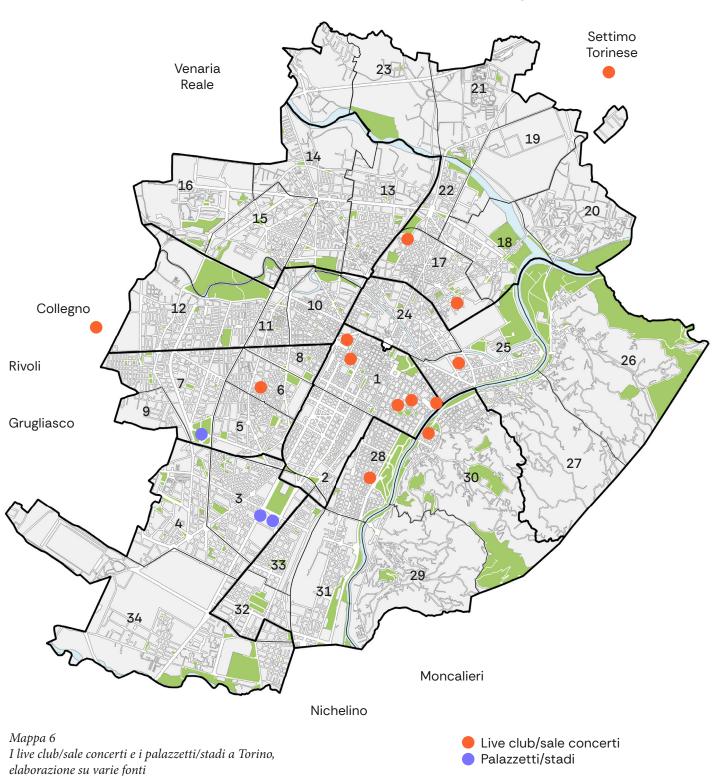
- 1. Centro
- 2. Crocetta
- 3. Santa Rita
- 4. Mirafiori Nord
- 5. Borgo San Paolo
- 6. Cenisia
- 7. Pozzo Strada
- 8. Cit Turin
- 9. Borgata Lesna

- 10. San Donato
- 11. Campidoglio
- 12. Parella
- 13. Borgo Vittoria
- 14. Madonna di Campagna
- 15. Lucento
- 16. Vallette
- 17. Barriera di Milano
- 18. Regio Parco

- 19. Barca
- 20. Bertolla
- 21. Falchera
- 22. Rebaudengo
- 23. Villaretto
- 24. Aurora
- 25. Vanchiglia
- 26. Sassi

- 27. Madonna del Pilone
- 28. San Salvario
- 29. Cavoretto
- 30. Borgo Po
- 31. Nizza Millefonti
- 32. Lingotto
- 33. Filadelfia
- 34. Mirafiori Sud

Leinì



Teatri e auditorium

I teatri e gli auditorium sono luoghi il cui uso specifico è ospitare rappresentazioni teatrali o altri generi di spettacolo dal vivo, come concerti ed eventi musicali, in quanto sono luoghi progettati per avere un'acustica molto buona; generalmente ospitano eventi di musica classica, ma anche jazz e rock acustico. I teatri torinesi nei quali vengono organizzati anche concerti sono 22: tra tutti si ricordano il Teatro Regio, il Teatro Carignano, il Teatro Alfieri, il Teatro Vittoria e molti altri per la musica classica, mentre concerti di musica pop, rock e jazz vengono realizzati in teatri contemporanei come il Teatro Colosseo e il Teatro Concordia di Venaria Reale, che hanno ospitato moltissimi artisti italiani.

Gli auditorium invece sono 13: si ricordano il famoso Auditorium RAI Arturo Toscanini, l'Auditorium del Lingotto Agnelli, l'Accademia Corale Stefano Tempia, il Conservatorio Giuseppe Verdi, l'Auditorium Grattacielo Intesa San Paolo, ma anche l'Aula Magna G. Agnelli del Politecnico, l'Aula Magna della Cavallerizza Reale e altri.

Entrambe le categorie sono distribuite prevalentemente **nel quartiere del Centro, ma anche Crocetta e Aurora**, come si vede in *Mappa* 7; è interessante notare che gli auditorium si concentrino poi maggiormente nelle zone limitrofe a quelle centrali, nei quartieri di Cit Turin, Vanchiglia e la zona nord di Nizza Millefonti, mentre invece i teatri si espandono nell'anello ancora più esterno, nei quartieri di Parella, Madonna di Campagna, Barriera di Milano, Cavoretto e Mirafiori Nord.



Figura 135 La grande platea del Teatro Colosseo



Figura 136 L'orchestra suona all'Auditorium G. Agnelli del Lingotto

- 1. Centro
- 2. Crocetta
- 3. Santa Rita
- 4. Mirafiori Nord
- 4. MITATION NOTA
- 5. Borgo San Paolo
- 6. Cenisia
- 7. Pozzo Strada
- 8. Cit Turin
- 9. Borgata Lesna

- 10. San Donato
- 11. Campidoglio
- 12. Parella
- 13. Borgo Vittoria
- 14. Madonna di Campagna
- 15. Lucento
- 16. Vallette

I teatri e gli auditorium dove vengono fatti concerti musicali a

Torino, elaborazione su varie fonti

- 17. Barriera di Milano
- 18. Regio Parco

- 19. Barca
- 20. Bertolla
- 21. Falchera
- 22. Rebaudengo
- 23. Villaretto
- 24. Aurora
- 25. Vanchiglia
- 26. Sassi

- 27. Madonna del Pilone
- 28. San Salvario
- 29. Cavoretto
- 30. Borgo Po
- 31. Nizza Millefonti
- 32. Lingotto
- 33. Filadelfia
- 34. Mirafiori Sud

Teatri

Auditorium

Circoli e centri sociali

I Centri Giovani a Torino sono realtà aggregative gestite da associazioni o cooperative sociali con proposte culturali e attività di animazione sociale. Sono spazi di socializzazione nati all'interno di immobili dell'amministrazione, con l'obiettivo di far incontrare giovani per sperimentare liberamente le proprie passioni creative e artistiche. Ciascun Centro si caratterizza per lo spazio che offre ai diversi linguaggi artistici (musica, teatro, produzioni video, arti grafiche, pittura, ecc.), mettendo a disposizione dei giovani che li frequentano sale prove, strutture teatrali, impianti musicali, audio-video e multimediali¹⁵⁰. Alcuni luoghi si configurano come Case del Quartiere, spazi pubblici riqualificati aperti a cittadini di tutte le età dal 2014: sono luoghi che si adattano alle esigenze di ciascuno e che propongono iniziative molto diverse, dalle rassegne culturali, ai servizi alla persona, dagli sportelli di consulenza, ai servizi di ristorazione e molto altro. Le Case sono 8, ognuna in un quartiere diverso, generalmente in quelli più periferici: le più note per gli eventi musicali sono i Bagni Pubblici di Via Agliè, in Barriera di Milano, e la Casa del Quartiere di San Salvario, nell'omonima zona¹⁵¹.

Un'altra rete è quella dell'Associazione Arci-Comitato territoriale di Torino, nata nel 1956, che promuove cultura, socialità e solidarietà attraverso pratiche che mettono al centro il protagonismo del socio; svolge in primo luogo una funzione di coordinamento e di creazione di reti tra le associazioni che sono ad esso affiliate. Tali associazioni si occupano di ambiti molto diversi, accomunate dall'obiettivo dell'inclusione sociale e della promozione culturale: musica, teatro, cinema, arti visive, letteratura e attività di inclusione sociale rivolte a minori, anziani, migranti, disabili, pazienti psichiatrici¹⁵². I Circoli Arci che ospitano eventi musicali sono 15 e, come si vede in Mappa 8, sono più concentrati in Centro, San Salvario, Vanchiglia e Mirafiori Sud, ma si allargano anche a Mirafiori Nord, Borgo Vittoria, Regio Parco e all'estrema periferia di Falchera. Tra questi ci sono i già citati locali Cap10100, Bunker, Magazzino sul Po e ARTeficIO Music Club, ma si ricordano soprattutto i bar Cafè Neruda, Cafè des Arts e Capolinea 8, famosi per le esibizioni live di musica jazz che accompagnano le consumazioni dei clienti.



Figura 137 I Bagni Pubblici di Via Agliè sono stati sede di alcune esibizioni di MiTo Settembre Musica



Figura 138 La musica live accompagna le consumazioni dei clienti al Cafè Neruda

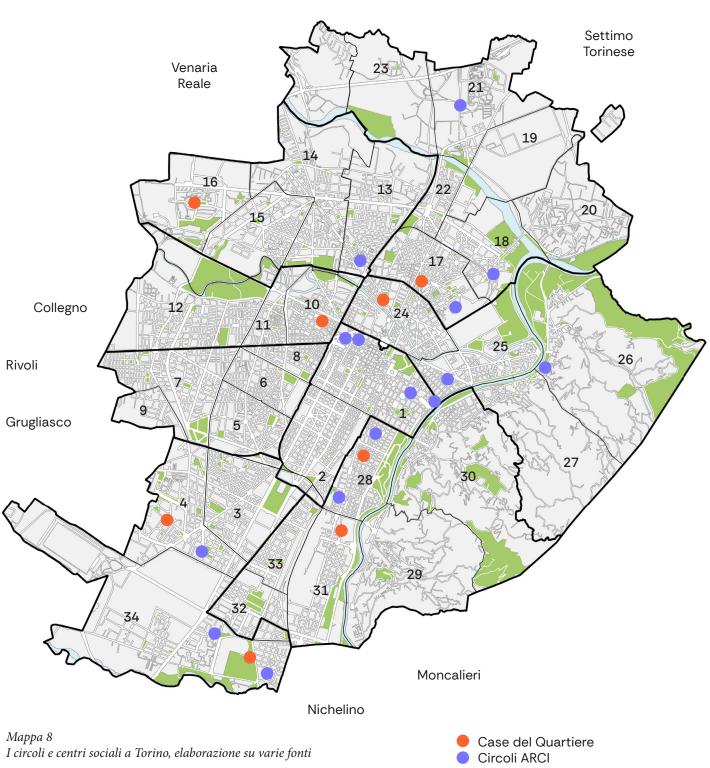
- 1. Centro
- 2. Crocetta
- 3. Santa Rita
- 4. Mirafiori Nord
- 5. Borgo San Paolo
- 6. Cenisia
- 7. Pozzo Strada
- 8. Cit Turin
- 9. Borgata Lesna

- 10. San Donato
- 11. Campidoglio
- 12. Parella
- 13. Borgo Vittoria
- 14. Madonna di Campagna
- 15. Lucento
- 16. Vallette
- 17. Barriera di Milano
- 18. Regio Parco

- 19. Barca
- 20. Bertolla
- 21. Falchera
- 22. Rebaudengo
- 23. Villaretto
- 24. Aurora
- 25. Vanchiglia
- 26. Sassi

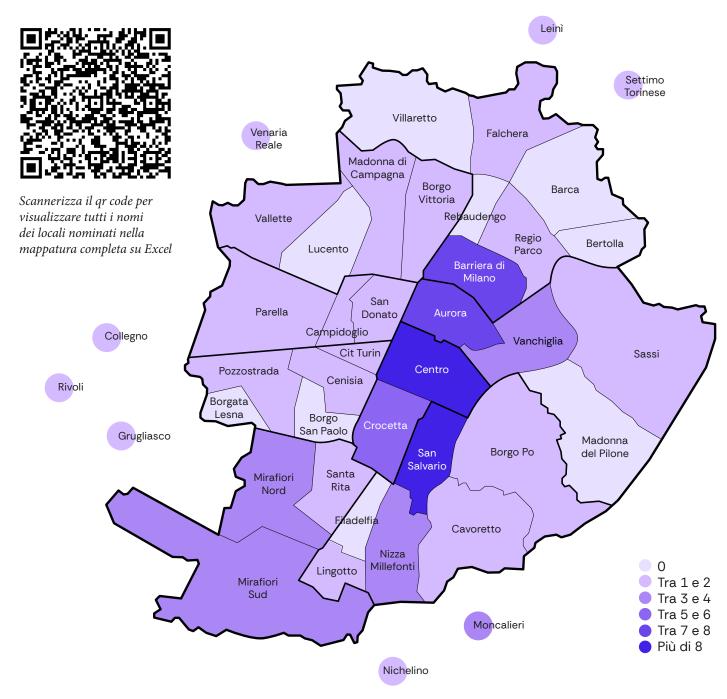
- 27. Madonna del Pilone
- 28. San Salvario
- 29. Cavoretto
- 30. Borgo Po
- 31. Nizza Millefonti
- 32. Lingotto
- 33. Filadelfia
- 34. Mirafiori Sud

Leinì



Sommando tutte queste analisi, la mappatura ha portato ad un risultato complessivo di 112 luoghi della musica live a Torino, raggruppati nella *Mappa 9.* Il quartiere più ricco è indubbiamente quello del Centro con 33 locali, seguito da San Salvario che ne ha 9, e poi Aurora e Barriera di Milano con una media tra 7 ed 8 spazi, ma anche Crocetta che ne presenta 6. Una menzione va anche a Vanchiglia e ai quartieri più periferici di Mirafiori Sud, Mirafiori Nord e Nizza Millefonti

che presentano tra 3 e 4 luoghi musicali, sintomo di un tentativo di riqualificazione delle zone più esterne. Questa mappatura mette quindi in luce che la musica è presente soprattutto nella zona centrale di Torino, che comprende sia quella del centro storico sia quella della cosiddetta movida, ma ha un ruolo di rilievo anche nelle periferie a Sud-ovest e Nord-ovest. Si segnala inoltre una discreta attività musicale nella prima provincia torinese, in particolare a Moncalieri.



Mappa 9 Analisi complessiva di tutti i luoghi della musica live a Torino, elaborazione su varie fonti

I generi musicali

È interessante notare anche come si distribuiscono i generi musicali sul territorio ma, per fare ciò, è stato utilizzato un approccio diverso. Infatti, l'intento iniziale era quello di assegnare un genere a ciascuno dei 112 locali appena analizzati, ma ciò si sarebbe rivelato poco indicativo: la maggior parte dei locali si presenta come propositrice di un'offerta musicale ampia e varia, mentre i luoghi riconducibili ad un genere specifico sono pochi, come il Jazz Club o l'ARTeficIO Music Club per la musica jazz e soul, e come il Teatro Regio o il Teatro Carignano per la musica classica.

Quindi, si è ritenuto che la cosa più sensata da fare non fosse analizzare il genere dei luoghi della musica bensì quello delle singole esibizioni¹⁵³, poichè solo in questo modo si riesce ad individuare una vera specializzazione dei quartieri di Torino. Come si può vedere nel Grafico 40, il Centro raccoglie molte delle esibizioni ed è un dato coerente con il fatto che presenti il maggior numero di luoghi musicali, come visto precedentemente. Le esibizioni di musica classica sono concentrate prevalentemente qui (82%), ma poichè si ascolta in spazi come il Regio, l'Auditorium RAI e il Conservatorio che si trovano in Centro e all'Auditorium Agnelli del Lingotto, rimane quasi per definizione poca cosa altrove; anche il jazz è suonato soprattutto in Centro (51%). San Salvario e Aurora prediligono il rock (rispettivamente 19% e 22%), mentre in Barriera di Milano c'è una maggiore offerta di rap/hip hop (18%) e di alternative/indierock (16%). Infine, negli altri quartieri dominano l'elettronica/ dance con il 54%, il rap/hip hop con il 52% e il pop con il 46%.

Nel complesso si può quindi dire che i generi musicali a Torino sono **distribuiti in maniera abbastanza equa**.

¹⁵³ Analizzate nel report "Io sono la musica che ascolto" del 2019.

	Centro	San Salvario	Barriera di Milano	Aurora	Altri quartieri
Classica	82%	4%	1%	0%	14%
Jazz/black music	51%	4%	8%	6%	31%
Рор	33%	11%	6%	4%	46%
Rock	25%	19%	5%	22%	31%
Alternative/ indierock	37%	14%	16%	6%	28%
Rap/hip hop	14%	11%	18%	4%	52%
Elettronica/ dance	22%	4%	13%	8%	54%
Country/folk	42%	12%	11%	6%	29%

Grafico 40 Esibizioni per genere musicale e quartiere, elaborazione su dati di "Io sono la musica che ascolto" anno 2019

Il parere di chi lavora nel settore

La scena musicale di Torino è stata dunque analizzata attraverso uno studio quantitativo, ma per avere una panoramica davvero completa e per individuare spunti di riflessione progettuale, per questo lavoro di tesi sono state svolte appositamente delle interviste a diversi lavoratori nel settore: a ciascuno di loro è stata posta la stessa domanda, ovvero come valutassero la dotazione dei luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità.

Per quanto riguarda la quantità, in genere tutti hanno concordato sul fatto che, rispetto a 20-40 anni fa, gli spazi per la musica siano aumentati e migliorati grazie anche alle nuove attrezzature e tecnologie; inoltre nell'ultimo triennio, dopo la batosta del Covid-19, si è osservata una diminuzione dei locali dovuta alla chiusura di chi non è riuscito a sopravvivere economicamente alla pandemia, tuttavia il loro numero è risalito nel 2022 (come confermano anche i grafici precedenti) e continua ad essere superiore rispetto al passato.

Per quanto riguarda invece gli aspetti qualitativi, sebbene tutti gli intervistati abbiano dato risposte coerenti tra loro, sono venuti fuori diversi spunti che sono stati raggruppati in quattro macro-aree, mostrate qui di seguito:

Torino ha infinite potenzialità, che spesso rimangono inespresse a causa dello scarso investimento nel settore e delle numerose burocrazie: gli spazi ci sono ma, il più delle volte, sono improvvisati e dunque non adeguati dal punto di vista acustico.

Non esiste uno spazio di medie dimensioni costruito apposta per la musica contemporanea e popolare, si avvicinano Hiroshima Mon Amour e Magazzino sul Po, ma non bastano. Inoltre, c'è molta omologazione tra i locali, che permette meno un'evoluzione.

Torino continua ad avere una scena interessante e dà spazio per suonare, anche agli emergenti, soprattutto rispetto ad altre realtà come al Sud Italia.

C'è un problema di sensibilizzazione e di sostenibilità dal punto di vista del pubblico per i piccoli e medi eventi di musica dal vivo, che potrebbe anche pregiudicare l'esistenza dei locali.



Gianluca Gozzi

Fondatore ed ex direttore artistico di Spazio211, fondatore ed ex direttore artistico del Blah Blah, direttore artistico del TOdays Festival

"Torino è una città di porto senza il mare"

Che i luoghi esistano in termini di potenzialità è il grande problema di Torino: è una città che ha infinite potenzialità, ma spesso non è capace di tradurre queste in realtà che possono andare oltre, dunque io la definisco come una città di porto senza il mare, poiché è una città dove c'è tanto fermento, con tante potenzialità come in un porto con tante persone che si parlano e si connettono, ma poi manca il mare attorno; quindi non mi interessa se ci sono tanti locali e tanti luoghi vuoti che potrebbero avere infinite potenzialità, perchè c'è una burocrazia e un impedimento nello spettacolo dal vivo che rende impossibile che quegli spazi diventino luoghi per fare musica fatta bene.

Di fatto non esistono a Torino, ma tendenzialmente in Italia, luoghi costruiti apposta per fare musica e se esistono sono di natura di musica classica e da camera, ma se parliamo di musica contemporanea e popolare non esistono luoghi, non esiste un live club creato apposta per essere un live club, quindi fondamentalmente sono luoghi che si improvvisano.



Daniele Citriniti

Fondatore del Reset Festival, direttore creativo di The Goodness Factory, fondatore di OffTopic, manager di Eugenio in Via Di Gioia

"C'è poco investimento nel settore"

Se noi facciamo un semplice paragone tra la **Torino di 20-40 anni fa e la Torino di oggi**, valutando solamente da un punto di vista quantitativo, secondo me **di posti per suonare se non sono altrettanti ce ne sono di più**, e ti posso anche dire che da un punto di vista qualitativo probabilmente si suona meglio, sono più attrezzati, ci sono più competenze e più hardware.

Il centro di Torino è invaso da gente che suona e lo spazio c'è, le possibilità per farlo ci sono, concerti ce ne sono, c'è sicuramente tantissimo fermento. La questione è che il fermento cresce e proporzionalmente dovrebbero crescere le opportunità: uno spazio culturale per poter offrire un'opportunità credo che debba investire, nel senso che l'opportunità è un investimento. Quindi io credo che le possibilità ci siano per fare le cose, le opportunità mancano un po' perchè c'è poco investimento nel settore e quindi siamo un po' tutti con l'acqua alla gola: dobbiamo pensare magari a stare in piedi fino al prossimo mese, invece di pensare a stare in piedi per i prossimi 10 anni.

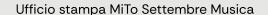


Alberto Corrado

Co-fondatore e direttore artistico ARTebclO Music Club, musicista

"L'acustica degli spazi non è adeguata"

Essendo musicista ho avuto l'opportunità di toccare con mano gli spazi e capisco cosa c'è in giro, cosa manca e cosa serve. Quello che manca è sicuramente come vengono trattati gli artisti e gli spazi non sono nettamente funzionali dal punto di vista acustico: sono spazi che nascono per la musica quindi perlomeno dovrebbero essere adeguati, invece da un lato c'è una difficoltà nel suonare da parte dei musicisti, dall'altro c'è la difficoltà dell'ascoltatore di percepire le cose in maniera adeguata. Da direttore artistico mi rendo conto che, per quanto gli imprenditori nel settore musicale facciano sforzi, non c'è mai il sostegno e l'aiuto degli enti, o meglio c'è ma non è abbastanza.





Laura Tori

"Manca uno spazio di medie dimensioni per la musica non classica"

Negli ultimi 10 anni gli spazi sono molto aumentati, ma è vero che manca uno spazio non troppo grande e neanche troppo piccolo, da 700-800 posti, dedicato alla musica non classica. Uno spazio così non c'è, perchè Bunker, OffTopic ecc sono tutti un po' più piccoli, hanno il palco non così grande, sono più club; Hiroshima tra tutti è quello un po' più grande però alla fine anche lì ci stanno 500-600 persone. Quindi effettivamente manca uno spazio di quella dimensione, attrezzabile o attrezzato per concerti che non siano da stadio o da palaolimpico, perchè quegli spazi ci sono ma sono un'altra cosa.



Anna Bava Giovanni Marsiglia

Presidente Magazzino sul Po

Direttore artistico Magazzino sul Po

"Non ci sono delle vie di mezzo"

Torino ha gli spazi per poter dare tanto, l'unica difficoltà che io respiro e che vedo sia dall'esterno sia dall'interno è che non ci sono delle vie di mezzo come il Magazzino, nel senso che ci sono o degli spazi molto piccoli, dove veramente si potrebbe fare solamente un chitarra e voce, oppure ci sono degli spazi molto grandi, che richiedono costi ben maggiori ed esigenze particolari; quindi vorrei semplicemente che ci fossero più posti come il Magazzino, indipendentemente dal fatto che ti diano il posto gratuitamente, ma anche semplicemente come spazio, come punto di riferimento o come mentalità di guardare alla musica e alla cultura a 360 gradi, non tanto per guadagnarci ma proprio per il senso che ti danno la cultura, l'aggregazione e la musica. Dunque secondo me Torino ha molto potenziale che potrebbe essere sfruttato meglio.



Alessandro Roggero

Social media manager e responsabile marketing Hiroshima Mon Amour

"Non ci sono alternative con la stessa capienza"

Il Covid-19 ha fatto molto una selezione naturale, chi aveva una buona gestione dei conti e della propria struttura è riuscito a sopravvivere, grazie anche alle sovvenzioni statali e agli aiuti che ci sono stati, chi non l'aveva non ci è riuscito. Quindi diciamo che ci sono meno spazi, quelli che ci sono hanno sicuramente una buona qualità e sono riconosciuti anche al di fuori della città. Noi abbiamo un calendario pienissimo perchè non ci sono alternative con la stessa capienza e con questa formulazione di spazio, quindi l'auspicio è che se ne creino di nuovi anche perchè la concorrenza è un bene, nel senso che dà un arricchimento alla scena e consente un fervore più ampio.

Chi fa musica dal vivo o è un circolo tipo Arci o è paragonato a un locale disco-pub dove c'è per prima cosa la somministrazione e per seconda la parte culturale di spettacolo con un palchetto, oppure ancora può essere una discoteca, quindi diciamo che non c'è proprio una linea giuridica da questo punto di vista e quindi ci sono diverse forme; in più gli spazi dedicati alla musica dal vivo e alla cultura, 9 su 10 sono spazi comunali dati in destinazione d'uso oppure sono spazi associativi che vengono dati in gestione, ma non sono quasi mai spazi di proprietà, perlomeno a Torino.



Luca Vergano

Chitarrista band Afrodream, progetto solista techno Kawarimusic, produttore

"È diminuità la varietà dei locali"

I luoghi sicuramente stanno diminuendo drasticamente, molti hanno chiuso durante il corso del tempo, la tendenza è sempre stata quella di chiudere piuttosto che aprire nuovi spazi di questo tipo. Inoltre, si è un po' assottigliata la diversità dei posti in cui si può andare, c'è molta più omologazione da parte dei locali, fanno tutti più o meno le stesse proposte, sia dal punto di vista artistico sia dal punto di vista economico, e quindi posso dire che c'è stata una diminuzione della varietà dei tipi di locali, che permettono meno un'evoluzione. Per esempio io ho anche un progetto solista e faccio techno melodica, gli spazi per quella cosa lì sono minimi rispetto invece agli altri Paesi come Francia e Germania in cui è pieno zeppo di localini, locali medi e grossi in cui esprimere quel tipo di musica, mentre qui non c'è niente, qui è pieno di discoteche per i ragazzini.



Gabriele Sinatra

Direttore artistico e project manager sPAZIO211, musicista

"Torino ha una scena molto interessante"

Sicuramente gli spazi ci sono, **Torino in particolar modo penso sia la città d'Italia che più dà voce alla cultura dal basso** e basta guardare, oltre al **grande numero di artisti o aspiranti tali che nascono ogni anno in questa città**, anche alla grande quantità di organizzazioni e di collettivi su tutti i generi musicali.

È ovvio che da un punto di vista economico e sociale sta diventando sempre più complesso, però per rispondere alla domanda c'è assolutamente spazio.



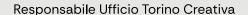
BRX!T

Quartetto garage-rock

"I locali danno la possibilità di suonare"

Gabriele: sottoscrivo che **ci sono dei locali in meno predisposti alla musica live negli ultimi anni, però danno la possibilità di suonare**.

Lorenzo: se de-zoomiamo e prendiamo gente del Sud Italia con cui abbiamo parlato, Torino è "l'Eldorado", nel senso che loro dicono che non hanno niente, non ci sono gruppi, non ci sono rassegne, vengono qua e vedono magari che nella stessa serata c'è il big che suona al Teatro Colosseo, una rassegna a Spazio211 e contemporaneamente qualcuno all'Hiroshima, tanto che addirittura ci si toglie gente l'un l'altro. A Torino c'è sempre stata abbastanza scena, quindi si continua con questa tradizione. È chiaro che poi i locali non hanno soldi, quindi ti pagano sempre meno.





Marco Ciari

"Il problema è la sostenibilità del pubblico"

La situazione degli spazi, prima e dopo Covid-19, bisogna sempre metterla in relazione a quella che è la domanda e l'offerta. È evidente che, in un periodo storico dove la musica dal vivo ha perso di interesse rispetto al pubblico giovanile, io ti posso dire che gli spazi ci sono e sono anche belli, sufficienti, giusti, attrezzati, il problema non è tanto questo, il problema è che non c'è pubblico. Mentre 20 anni fa c'era una grossa domanda di musica dal vivo e i piccoli e medi eventi erano molto partecipati, adesso invece non è così, ma questo non per l'offerta perchè l'offerta ci sarebbe, abbiamo gruppi e musicisti eccezionali, il problema è che il pubblico non è più abituato a guardare uno spettacolo dal vivo, perchè ha altri stimoli e preferisce diversificare; tante colpe ce l'hanno anche la televisione e il web, ma si tratta anche di una modalità di fruizione dei contenuti musicali che è cambiata nel tempo. Quindi attualmente pre e post Covid-19 per me ci sono gli spazi, sono attrezzati, il problema è la sostenibilità proprio dal punto di vista del pubblico, cosa che purtroppo potrebbe anche pregiudicare l'esistenza di questi spazi.



Emanuele Ansermino

Ex direttore artistico Jazz Club, co-fondatore Band Management

"C'è un problema di sensibilizzazione del pubblico"

Le strutture ci sarebbero anche, ma **c'è un problema di sensibilizzazione ed educazione del pubblico torinese rispetto all'estero**, rimasta invariata anche dopo il Covid-19. Fare i grandi eventi in piazza totalmente gratuiti, come è stato fatto negli anni con il Jazz Festival e non solo, va molto bene ma poi succede che al cittadino comunichi che tutto sia gratis e che tutto sia bello, allora quando poi il piccolo gestore di locale fa un concertino e chiede 5 euro, **il torinese si lamenta perchè dice di aver visto un altro evento gratis e non vuole pagare quei pochi soldi**.

4.2.1

La musica di strada

Come detto nel Capitolo 3.6, anche lo spazio pubblico ha un ruolo importante per quanto riguarda gli spettacoli di musica dal vivo. La Città di Torino è da anni accogliente ed aperta verso le attività artistiche di strada, ritenendole importanti e utili per migliorare l'atmosfera creativa e culturale della città.

Nell'esibirsi per le piazze, sui marciapiedi e nelle zone pedonali, i musicisti devono rispettare il codice etico dell'artista di strada approvato dalla Città di Torino¹⁵⁴ e, inoltre, per le esibizioni che prevedono un repertorio soggetto a diritto d'autore, è necessario munirsi di licenza presso gli enti di gestione dei diritti d'autore, come Siae, Lea, ecc. Il portale del Comune spiega che le esibizioni sono consentite in modo libero su tutto il territorio cittadino dalle ore 10 alle 22, senza particolari autorizzazioni, facendo ovviamente attenzione a mantenere un volume compatibile con l'ambiente circostante e con le eventuali altre esibizioni limitrofe; inoltre, dopo due ore bisognerà spostarsi di almeno 200 metri per una successiva esibizione.

Invece per quanto riguarda i due assi centrali della città, limitatamente a chi usa amplificazione o strumenti tipo percussioni, al fine di rendere le attività e le esibizioni meglio fruibili dalla cittadinanza e compatibili con le esigenze dei residenti, è stato deciso di sperimentare dal 2018 un sistema di prenotazione degli spazi con orari fissi attraverso la piattaforma Arthecity¹⁵⁵, a cui i musicisti devono attenersi: la zona centrale di interesse è quella delimitata tra via Roma, Piazza Castello, prima porzione di via Garibaldi, quadrilatero romano fino a Piazzetta IV marzo, vie pedonali Lagrange e Carlo Alberto e zona Piazza

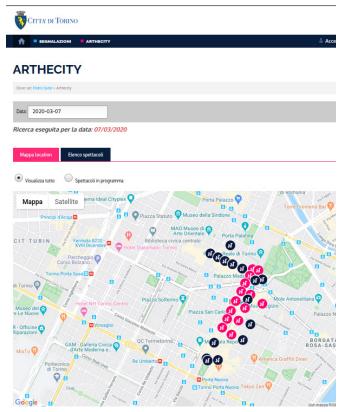


Figura 139 La mappa dove è possibile visualizzare le postazioni della musica di strada sulla piattaforma web Arthecity

San Carlo, fino a Piazzetta CLN. La piattaforma online è prenotabile dagli artisti in tempo reale, ma è consultabile anche dai cittadini e turisti che vogliono individuare le esibizioni in programma.

La band per eccellenza che è nata nelle strade torinesi è quella degli **Eugenio in Via Di Gioia**, che tutt'oggi dopo dieci anni continua ad esibirsi ogni tanto per la città; il frontman Eugenio ha svelato che il suo nuovo scorcio preferito è Via Carlo Alberto, vicino al cinema Centrale¹⁵⁶.



Figura 140 Gli Eugenio in Via Di Gioia cantano e suonano per le strade torinesi, qui in foto alle Porti Palatine



Figura 141 La famosa scritta degli Eugenio in Via Di Gioia in Piazza San Carlo a marzo 2022

Sul tema si sono espressi anche i BRX!T, band emergente garage-rock di Torino intervistata per questo lavoro di tesi, i quali hanno raccontato che il busking è una cosa che si fa principalmente per racimolare un po' di soldi o per far girare il nome agli inizi, e soprattutto che generalmente funziona con le cover, non con i propri inediti, o almeno in Italia. Dunque loro spiegano come le esibizioni di strada siano utili in un primissimo momento, quando si è totalmente sconosciuti, ma poi se si vuole crescere e puntare sulla propria musica e sulle proprie canzoni, è una cosa che non viene fatta abitualmente, a meno che non si scelga di focalizzarsi proprio sulla musica di strada. Lo stesso Eugenio degli Eugenio in Via Di Gioia ha raccontato che dopo un anno e mezzo di busking per Torino, in cui aveva anche guadagnato abbastanza, era però giunto alla consapevolezza di non poter continuare esclusivamente in quel modo: «Mi ero stufato perché non c'era margine di miglioramento: l'unica cosa che potevo fare era guadagnare più soldi, nel cappello» 157.

Alessio, il batterista dei BRX!T, aggiunge: «A Torino non è neanche così facile fare busking: noi dovevamo fare Milano, Bologna e poi Torino, e l'unica che ci è saltata è stata proprio quella a casa nostra, perchè ti devi prenotare e fare tutta una serie di cose. Anche nelle altre città ci hanno fatto sloggiare dopo un po, ma siamo comunque rimasti quella mezz'ora a suonare senza problemi, invece a Torino è stato proprio un problema entrarci»; ciò ha messo quindi in luce, da un lato, delle difficoltà a livello burocratico nel sistema di prenotazione Arthecity per la zona centrale, ma dall'altro il fatto che nel resto della città la musica di strada sia "libera" crea molta confusione, perchè non si capisce realmente dove si possa suonare siccome gli artisti vengono allontanati dopo poco o non vengono proprio fatti esibire.

Tuttavia, a livello dell'attività in sé, il bassista Gabriele afferma: «Per noi il busking è stato più che altro un'esperienza che ha rafforzato il nostro legame, è stata proprio un'esperienza di band», descrivendola quindi come un'attività costruttiva e di crescita.

A Torino nel 2019 è nato un progetto interessante incentrato proprio sulla musica di strada, chiamato TheBusker¹⁵⁸: un talent innovativo, urbano e digitale che aveva come obiettivo quello di definire la silhouette dei buskers che si esibivano in città, raccontandone le storie, i brani suonati, utilizzando il web ed i social come amplificatori mediatici e strumenti per certificare il livello artistico della scena busking torinese. I giudici erano i passanti che si trasformavano in votanti tra le strade, che con foto, video e likes hanno creato una classifica degli artisti fino all'evento finale durante il quale è stato eletto il primo TheBusker.

Tuttavia, dopo la prima edizione nel 2019, era in programma la seconda per l'anno successivo ma, causa Covid-19, è stato tutto annullato e il progetto non è più stato portato avanti negli anni a seguire.

Il fermento per quanto riguarda la musica di strada torinese continua però ad essere forte, come testimonia per esempio il gruppo pubblico Facebook Torino Buskers¹⁵⁹, che continua ad essere attivo con post di presentazioni di nuovi artisti o di annunci per collaborazioni.

¹⁵⁸ Progetto Docabout in associazione con i Cammelli e realizzato con il supporto di Compagnia di San Paolo nell'ambito del bando ORA X e del Piemonte Doc Film Fund – Under 35 Digital.

4.3

I festival torinesi

Come spiegato nel Capitolo 3.5 e come conferma anche Gianluca Gozzi nella sua intervista, l'Italia non è un paese da festival e qui chiamiamo festival cose che in realtà non lo sono; tuttavia, come si è visto, ci sono comunque delle esperienze di grande importanza nel panorama nazionale che risuonano anche all'estero.

Torino in particolare si difende molto bene grazie alle numerose rassegne musicali che ospita durante l'anno, alcune delle quali sono riconosciute a livello internazionale e richiamano pubblico da tutto il mondo. La maggior parte di questi offre esibizioni di genere vario contemporaneo, dal pop al rock, dall'indie al rap: tra i principali si ricordano il TOdays Festival, tra i più importanti di Torino in assoluto e molto famoso anche a livello internazionale, ma anche altri che sono organizzati nella prima cintura provinciale, come il Flowers Festival di Collegno e il Sonic Park Stupinigi di Nichelino; vengono ospitati abbastanza equamente in locali al chiuso e nei parchi, inoltre sono prevalentemente ad ingresso gratuito, a parte qualche eccezione.

Seguono i festival di musica elettronica che sono ben quattro, tutti di grande rilievo anche a livello mondiale e per questo Torino è considerata la capitale italiana della musica elettronica¹⁶⁰. Si tratta del Kappa Futur Festival, il festival techno outdoor più grande in Italia, mentre il leader della techno indoor è il C2C (ex Club To Club), seguito dal Movement Music Festival e dal Reload Music Festival; per tutti questi è previsto un biglietto a pagamento. Il panorama torinese continua con due manifestazioni jazz, genere che come si è visto ha segnato la storia della città: il più conosciuto è il Torino Jazz Festival, organizzato in spazi diffusi e che offre diverse attività, alcune a pagamento e altre no, mentre il secondo è il Jazz Is Dead Festival, ad ingresso totalmente gratuito. Infine per quanto riguarda la musica classica c'è solamente MiTo Settembre Musica, la cui offerta però è vastissima in quanto si sviluppa per due settimane con tre o più concerti al giorno in tante location diverse e con il pagamento di un biglietto. Tutti i festival musicali torinesi sono qui di seguito analizzati ed elencati secondo l'ordine temporale di organizzazione¹⁶¹.

Reload Music Festival



- Lingotto Fiere
- 🎜 Elettronica
- 11 marzo 2023
- Nazionale e internazionale

A distanza di 3 anni dall'ultima edizione, nel 2023 è andato in scena Reload Music Festival, un'edizione dedicata in particolare alle sonorità più "dure" del panorama musicale elettronico che ha raggiunto il sold out giorni prima dell'evento, con giovani da tutta Italia e dall'estero. Sono saliti sul palco alcuni tra i più grandi nomi del mondo hardstyle e hardcore, italiano ed internazionale: dall'hardstyle di Luca Testa in b2b con Margot, a Mandy, TNT aka Technoboy & Tuneboy, Da Tweekaz, D-Block & S-te-Fan, Rooler, Radical Redemption all'hardcore di Angerfist.



Torino Jazz Festival



- Teatro Vittoria, Hiroshima, OGR...
- 22-30 aprile 2023
- Jazz
- Nazionale e internazionale

Questa undicesima edizione, particolarmente ricca, si è sviluppata lungo un arco temporale di 9 giorni; è stata attentamente pensata per offrire ai torinesi ed ai turisti un ampio ventaglio di concerti, jam session, marching band, conferenze e tanto altro ancora, nelle sale musicali più prestigiose come nei club dove si suona tutto l'anno. Il Torino Jazz Festival è un viaggio in questa realtà multiforme, da un punto di vista speciale: quello di una città musicalmente vivacissima, forte di una tradizione jazzistica lunga quasi quanto la storia stessa del jazz.



Jazz is Dead Festival



- Cap10100, Bunker, Cinema Massimo...
- Aprile-giugno 2023
- Jazz
- Nazionale e internazionale

Nato in occasione delle celebrazioni dei 60 anni di Arci Torino, l'ideazione del festival è stato commissionato dal comitato cittadino al collettivo culturale TUM, allestimento e organizzazione sono in mano all'Associazione Magazzino sul Po. Frutto di una riflessione sulla vita e sull'evoluzione del genere jazz, è diventato in cinque edizioni un punto di riferimento della scena musicale sperimentale e alternativa nazionale e internazionale. Questa sesta edizione cita "Chi sei?": il festival, come un essere in continuo mutamento, si fa sempre più libero.



Festa della Musica



- OffTopic, Bunker, Centralino, ARTebclO...
- 21-25 giugno 2023
- Varia contemporanea
- Nazionale

Il progetto è nato con l'intento di creare un terreno comune d'incontro tra il patrimonio musicale di Torino e i suoi cittadini attraverso un palcoscenico naturale aperto a tutti. In 10 anni hanno performato più di 14.500 musicisti per un totale di più di 1.000 concerti. Nel 2023, dopo lo stop pandemico, la Festa della Musica è tornata e, per poter permettere ad ancora più musicisti di potersi esibire, ha invaso la città per strutturarsi in 10 punti spettacolo, avvalendosi della collaborazione di centri culturali e punti verdi dislocati su tutto il territorio urbano.



Evergreen **Fest**



Varia contemporanea



Giugno-luglio 2023

Nazionale

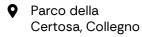


Evergreen Fest, arrivato alla quinta edizione, è una manifestazione con 52 giorni di concerti, spettacoli, laboratori, incontri, presentazione associazioni, libri, punto ristoro, serate di cinema e danza. Obiettivo del Festival è promuovere la concezione di città intelligente, sostenibile e sempre più vivibile per i cittadini.

La programmazione è variegata, spazia fra i diversi generi, ed è organizzata da Tedacà con il sostegno di Città di Torino e Fondazione per la Cultura e con il patrocinio della Quarta Circoscrizione.



Flowers Festival







Giugno-luglio 2023

Nazionale e internazionale



Flowers Festival è la rassegna estiva punto di riferimento della cittadina di Collegno e tra i più importanti festival a livello nazionale, organizzata e promossa dall'Associazione Culturale Hiroshima Mon Amour e Cooperativa Culturale Biancaneve, in collaborazione con Fondazione Piemonte dal Vivo, con il sostegno di Città di Collegno e Regione Piemonte.

Oltre alla musica è presente l'area food e sul palco tantissimi artisti tra cui Coma Cose, Carl Brave, The Zen Circus, Rosa Chemical e Tananai.



Kappa Futur Festival



Parco Dora

Elettronica

30 giugno-2 luglio 2023

Nazionale e internazionale

Nato nel dicembre 2009 per celebrare il centenario del futurismo, il KFF si è consolidato negli anni come il format di musica elettronica urbana più amato d'Italia ed è entrato nella top 5 dei festival estivi europei.

Nel 2023, il Festival ha presentato un ricco programma diurno distribuito su 3 giorni e notturno con 13 eventi off, attirando 100.000 partecipanti da 118 nazioni. Il Festival è stato anche votato come l'11° miglior festival del mondo.



Sonic Park Stupinigi



 Palazzina di Caccia di Stupinigi, Nichelino

4-13 luglio 2023

Varia contemporanea

Nazionale e internazionale

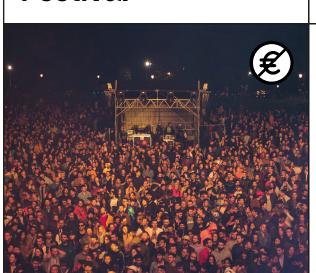
Dal 2018 Sonic Park porta la musica dal vivo in luoghi di grande suggestione e impatto artistico e culturale, come nel prestigioso Parco del capolavoro barocco e Patrimonio dell'Umanità Unesco.

Sonic Park è musica per le orecchie, ma anche per il palato.

La nuova area food offre infatti una selezione esclusiva di food truck pluripremiati.



Apolide Festival



- Magazzino sul Po, Parco della Certosa, Collegno
- 20-23 luglio 2023
- Varia contemporanea
- Nazionale e internazionale

Uno dei festival estivi più inclusivi, incontaminati e liberi del Piemonte, organizzato per 9 anni nel verde dell'Area Naturalistica Pianezze a Vialfrè (TO). Tuttavia per la ventesima edizione del 2023 si è rischiato l'annullamento del festival causa burocrazie cambiate e lente, l'unica soluzione è stata cambiare location, con nuove speranze per il futuro.

Apolide Festival è 4 giorni di evasione, con quasi 40 spettacoli dal vivo tra concerti, incontri, dialoghi e contaminazioni di genere, linguaggi e artisti.



Todays Festival



- sPAZIO211, Mercato Centrale, Cecchi Point...
- 25-27 agosto 2023
- √ Varia contemporanea
- Nazionale e internazionale

Con oltre 30 ore di musica, arte, incontri, produzioni esclusive, anteprime, performance, eventi formativi e d'incontro, TOdAYS Festival ha raccontato la scena musicale contemporanea per affinare prospettive nuove, suggerire direzioni diverse, non omologate, fuori dal quotidiano ma necessarie. Edizione dopo edizione il festival è diventato un punto di riferimento per i torinesi e per gli appassionati di musica che arrivano a Torino dall'Italia e dall'estero. Per la nona edizione del 2023 sono stati esplorati nuovi spazi, oltre al main stage dello sPAZIO211.



Fuoritutti Festival



- Parco de Gasperi, Settimo
- 1−3 settembre 2023
- √ Varia contemporanea
- 🔁 Nazionale

Un festival identitario in grado di dialogare con l'intero Piemonte, che si pone come momento di festa per un pubblico eterogeneo per età, gusti musicali ed estrazione socio-culturale; un luogo di contaminazione di linguaggi artistici diversi con una forte attenzione al pubblico giovane, cui è dedicata la maggior parte della programmazione del palco centrale.

Non solo musica con grandi artisti, ma anche un palco off che ospita un festival nel festival in cui musicisti, stand-up comedians emergenti e gruppi di base si presentano al grande pubblico.



MiTo Settembre Musica

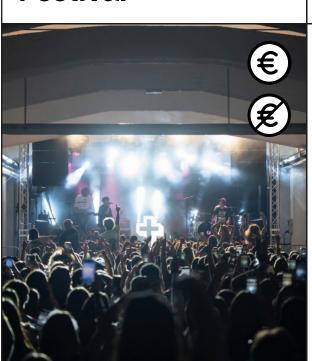


- Teatro Regio, Auditorium Agnelli...
- 7-22 settembre 2023
- 🎜 Classica
- Nazionale e internazionale

Festival Internazionale che dal 2007 unisce le città di Milano e Torino in un fitto calendario di eventi musicali. Dal 2016 il Festival è tematico e dedicato esclusivamente alla musica classica: per tre settimane, nel mese di settembre, MITO SettembreMusica offre al proprio pubblico tre o più appuntamenti al giorno, con la partecipazione di artisti e complessi di levatura internazionale che si uniscono alle più importanti istituzioni musicali delle due città, dando così vita a un unico, immenso palcoscenico che unisce i due capoluoghi e le aree circostanti.



Ritmika Festival



PalaExpo, Moncalieri

√ Varia contemporanea

6-9 settembre 2023

Nazionale

Ritmika, il festival storico alle porte di Torino, è giunto alla sua 27esima edizione con artisti come Santi Francesi, Planet Funk, Paola e Chiara, The Bloody Beetroots e Francesca Michelin.

Sono duecento i ragazzi e le ragazze dello staff Ritmika, festival che vuole essere una grande occasione per loro che iniziano un percorso nell'organizzazione di un grande evento; li coinvolgiamo non perché abbiamo bisogno di loro, ma soprattutto per dar loro un'interessante opportunità.



Movement Music Festival



OGR, Audiodrome, Centralino, Azimut

27-31 ottobre 2023

Elettronica

Nazionale e internazionale

Inizia tutto nel 2006, in un'alleanza ideale con il leggendario Detroit Electronic Music Festival, per celebrare uno degli eventi più importanti nella storia recente di Torino: l'assegnazione delle Olimpiadi Invernali alla città.

Da lì in avanti è solo un confermare, di anno in anno, il ruolo di leader assoluto in Italia nel campo degli eventi indoor legati alla musica elettronica, spostando sempre più in alto l'asticella. Tanti gli artisti internazionali, tra cui l'attesissimo producer statunitense The Blessed Madonna e il giovane talento britannico Massano.



Reset Festival





√ Varia contemporanea



2-7 ottobre 2023

🔊 Nazionale

Resetfestival nasce a Torino nel 2009 e in 15 anni di attività si è trasformato in quello che viene chiamato "backstage festival": non è una gara, non è un concorso, ma un circuito di scouting artistico, un acceleratore formativo, una vetrina di talenti, lo spazio dell'incontro per il mondo della musica, punto di riferimento per la musica emergente.

Resetfestival è il festival dell'innovazione musicale che ogni anno tiene accesa Torino per sei giorni, durante la prima settimana di ottobre con live di progetti sommersi, workshop, talk, show e party.



C2C



Lingotto Fiere, OGR, Teatro Regio

2-5 novembre 2023

Elettronica

Nazionale e internazionale

Nel corso dei suoi 20 anni di storia, il C2C Festival ha mostrato alcune delle evoluzioni più avventurose della musica avant-pop in luoghi eccezionali. Questa è la strada della ricerca di C2C, unica in Italia, per la capacità di intercettare e portare a Torino gli artisti del momento. Infatti l'avanguardia globale, la cultura pop contemporanea, la musica interdisciplinare, l'arte e le produzioni tecnologiche e l'indipendenza culturale sono i tratti distintivi della storia del C2C Festival. La 21esima edizione è stata dedicata al tema del mondo

C2C FESTIVAL 02 / 05 NOVEMBER 2023 TORINO / EUROPA



IXI / 世界 EL MUNDO THE WORLD IL MONDO

	l	Varia	Jazz	Classica	Elettronica	١,,,
Nome festival	Mese	>	_ ر	0	<u> </u>	Portata
Reload Music Festival	Marzo					Nazionale e internazionale
Torino Jazz Festival	Aprile					Nazionale e internazionale
Jazz is Dead Festival	Aprile-giugno					Nazionale e internazionale
Festa della Musica	Giugno					Nazionale
Evergreen Fest	Giugno-Iuglio					Nazionale
Flowers Festival	Giugno-Iuglio					Nazionale e internazionale
Kappa Futur Festival	Giugno-luglio				•	Nazionale e internazionale
Sonic Park Stupinigi	Luglio					Nazionale e internazionale
Apolide Festival	Luglio					Nazionale e internazionale
TOdays Festival	Agosto					Nazionale e internazionale
Fuoritutti Festival	Settembre					Nazionale
MiTo Settembre Musica	Settembre					Nazionale e internazionale
Ritmika Festival	Settembre					Nazionale
Movement Music Festival	Ottobre					Nazionale
Reset Festival	Ottobre					Nazionale
C2C	Novembre					Nazionale e internazionale

4.3.1

Eurovision Song Contest 2022

La sessantaseiesima edizione dell'Eurovision Song Contest 2022, con lo slogan "The Sound of Beauty", si è svolta proprio a Torino presso il Pala Alpitour, dal 10 al 14 maggio 2022, in seguito alla vittoria dei Maneskin con "Zitti e buoni" nell'edizione precedente a Rotterdam. Infatti, all'indomani della vittoria italiana nel 2021, la delegazione italiana ha espresso l'interesse dell'emittente pubblica Rai ad organizzare la manifestazione musicale e successivamente è stato indetto un bando per selezionare la città ospitante. Così, il 13 luglio 2021 la Rai ha confermato ben 17 città che avevano ufficialmente presentato la candidatura: Acireale, Alessandria, Bertinoro, Bologna, Genova, Firenze, Jesolo, Matera, Milano, Palazzolo Acreide, Pesaro, Rimini, Roma, Sanremo, Torino, Trieste e Viterbo. Nel corso dell'estate ci sono state diverse scremature che hanno portato a restringere sempre di più il campo, fino ad arrivare all'8 ottobre, giorno in cui è stato ufficialmente confermato che la sede dell'Eurovision Song Contest 2022 sarebbe stata il Pala Alpitour di Torino, in quanto rispettava tutti i criteri fondamentali¹⁶².



Figura 142 Il logo dell'Eurovision proiettato sulla Mole Antonelliana



Figura 143 Il logo e lo slogan dell'edizione 2022

Questo evento prevedeva che, accanto al Parco Olimpico, la città realizzasse un luogo di intrattenimento per cittadini, turisti e ospiti provenienti da tutto il mondo; così Torino, in accordo con la European Broadcasting Union e la Rai, ha individuato nell'area verde dello storico e suggestivo Parco del Valentino, lo spazio ideale per il posizionamento dell'Eurovision Village: un vero e proprio villaggio aperto a tutti e gratuito, progettato a misura di tutti gli interessati a vivere l'atmosfera del grande evento internazionale 163. Qui, durante l'intera settimana dell'Eurovision, ogni pomeriggio e sera si sono alternati quasi 350 artisti live per oltre 55 ore di show, inoltre sui grandi schermi allestiti all'interno del parco è stato

possibile assistere alla diretta delle semifinali e della finalissima, che ha portato alla vittoria il gruppo ucraino Kalush Orchestra con la canzone "Stefania". Flash mob, concerti improvvisati ed esibizioni di artisti locali e internazionali seguiti da numerosi fan e turisti, hanno riempito le strade e le piazze, trasformando Torino in un palco a cielo aperto. Tra gli artisti che hanno "usato" le strade di Torino per esibirsi e far divertire il pubblico ci sono gli immancabili torinesi Eugenio in via Di Gioia, la band torinese Bandakadabra, Citi Zēni (Lettonia), Subwoolfer (Norvegia), The Rasmus (Finlandia) e il corpo di ballo della cantante spagnola Chanel Terrero Martínez, per citarne alcuni¹⁶⁴.



Figura 144 Il palco del Pala Alpitour allestito



Figura 145 Il flash mob dei norvegesi Subwoolfer in Piazza Vittorio



Figura 146 L'Eurovillage al Parco del Valentino

Le ricadute positive sul turismo e sull'economia in città sono state confermate dalle elaborazioni dei dati raccolti dall'Osservatorio Culturale del Piemonte, per conto della Camera di Commercio di Torino¹⁶⁵. Come commentato da Rosanna Purchia, Assessora alla Cultura della Città di Torino: «I numeri della rassegna restituiscono l'immagine di una città attrattiva e capace di emozionare i visitatori, il fatto che più del 70% dei turisti abbia visitato almeno uno dei nostri musei non può che confermare la qualità della nostra offerta museale, così come i 25mila download della guida Torino Pocket Lonely Planet denotano un grande interesse per la nostra Torino"» e continua Alberto Cirio, presidente della Regione Piemonte: «Questi dati sulle ricadute che l'Eurovision ha avuto sono la dimostrazione pratica del perché scegliamo di investire sui grandi eventi come motore di turismo ed economia e come strumento per promuovere la bellezza e l'eccellenza del nostro territorio». L'evento ha coinvolto un pubblico complessivo di oltre 128mila persone: più di 58mila provenienti da fuori Torino, di cui quasi 25mila dall'estero, in particolare da Regno Unito, Spagna, Francia e Germania; ma l'elemento più significativo è la giovane età del pubblico, con il 75,6% fra i 18 e i 35 anni¹⁶⁶.

Per quanto riguarda i turisti, 55mila in totale, il 52% era presente a Torino per la prima volta e, in generale, è stato molto alto il livello di apprezzamento registrato sia per gli spettacoli visti sia per la città come meta turistica: infatti il 59% ha dichiarato di essere intenzionato a visitare di nuovo la città in futuro.

Tra i turisti, è particolarmente alta la percentuale di escursionisti senza pernottamento (28,3%), mentre valgono il 7,1% i turisti che hanno trovato ospitalità presso parenti e amici; tra chi ha dormito presso le strutture cittadine, l'extra alberghiero, con il 41,3% dei pernottamenti, supera l'ospitalità in hotel (23,3%)¹⁶⁷.

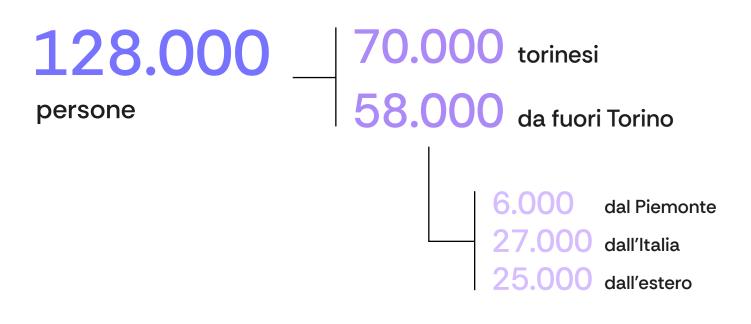
Nel complesso la spesa totale dei turisti sul territorio si stima pari a 11 milioni di euro, che rappresentano l'impatto diretto dell'evento, al quale vanno sommati un impatto indiretto del di 7,8 milioni di euro e un impatto indotto di 4 milioni di euro; dunque, l'impatto economico totale dell'Eurovision Song Contest è stato pari a 22,8 milioni di euro: ogni euro speso dai turisti ha quindi generato complessivamente sul territorio di Torino 2,08 euro 170.

Anche la portata mediatica è stata notevole: le tre serate trasmesse in televisione hanno coinvolto 161 milioni di persone in 34 paesi, toccando il 56,7% di share in occasione della finale, mentre i contenuti pubblicati sul canale YouTube sono stati visualizzati 74 milioni di volte. Inoltre, **solamente in Italia sono stati pubblicati oltre 9mila articoli** (1.492 su stampa e 7.801 su web) per un valore pubblicitario equivalente (AVE) stimato in **66 milioni di euro**¹⁷¹.

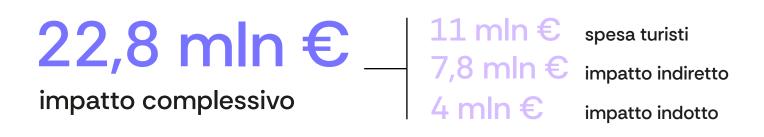
¹⁶⁵ L'indagine campionaria è stata condotta fra il 9 e il 14 maggio 2022, somministrando 735 questionari ad un campione casuale di pubblico presente negli spazi dell'Eurovision Village e all'esterno del PalaOlimpico, durante l'apertura e la chiusura dei cancelli.

¹⁶⁸ Livello costituito dalle imprese che assorbono direttamente la spesa aggiuntiva dei turisti e degli organizzatori e che acquistano input intermedi (beni, forniture, servizi) per soddisfare la nuova domanda, con ripercussioni positive sull'intera economia del territorio.

¹⁶⁹ Indicatore che calcola gli effetti della crescita dei consumi dovuta alla variazione dei redditi.









4.4

Cantanti e band torinesi

Si parla delle scuole musicali genovese, bolognese, romana e milanese, oltre che della tradizione napoletana, mai di una scuola torinese. I musicisti nati all'ombra della Mole in effetti non sono tutti collocabili in un genere ben definito o in un ristretto arco temporale.

Tuttavia, Torino ha segnato la musica italiana e internazionale: come si è visto in questo lavoro di tesi, qui si sono formati grandi jazzisti come Nini Rosso, gli antesignani gruppi vocali Duo Fasano e Trio Lescano e un autore del calibro di Leo Chiosso. Torino è inoltre la città natale di Fred Buscaglione e Gipo Farassino, la patria di star mondiali quali Rita Pavone, Umberto Tozzi e i Righeira.

Negli anni a seguire sono emersi altri solisti e gruppi che sono rappresentativi della scena musicale torinese: gli Statuto, i Subsonica, i Linea 77, gli Eiffel 65, Gabry Ponte, Gigi D'Agostino e molti altri, mentre tra i più recenti si ricordano in particolare i già citati Eugenio in Via Di Gioia¹⁷².

Ma l'identità musicale di Torino passa anche dagli spazi riconvertiti dell'ex città-fabbrica e dalle periferie, dove si sono formati rapper che sono diventati delle popstar: tra tutti Ensi, che insieme a Raige e Rayden forma il trio hip hop OneMic, poi Shade, Fred De Palma e Willie Peyote; anche due delle rapper attualmente più conosciute della scena urban e mainstream sono legate a Torino e si tratta di Chadia Rodriguez e Beba. Ma il capoluogo piemontese continua a sfornare nuove leve molto apprezzate negli ultimi anni, in particolare tra i giovani: Boro Boro, Cicco Sanchez, Thai Smoke, Diss Gacha, il producer Greg Willen e ovviamente Rosa Chemical, uno dei più eccentrici e talentuosi attualmente nella scena urban¹⁷³.

Dunque tutto ciò dimostra la versatilità artistica e la dinamicità di una città per certi versi ancora poco riconosciuta, come è già stato detto.



Figura 147 La band Statuto in Piazza Vittorio a Torino



Figura 149 Il trio hip hop formato da Raige, Ensi e Rayden



Figura 148 La band Subsonica



Figura 150 Il rapper Shade

4.4.1

La musica emergente

Le troppe burocrazie

Torino è stata e continua ad essere un luogo di partenza e di crescita per molti artisti: è stata descritta da Gabriele Sinatra di sPAZIO211 come una tra le città d'Italia che più danno voce alla cultura dal basso (come si è visto nel Capitolo 4.2), tuttavia il discorso della musica locale ed emergente è delicato ed è stato affrontato nelle interviste svolte per questo lavoro di tesi. Infatti Sinatra continua spiegando: «Quando si parla di creatività emergente purtroppo si parla di aspiranti artisti e musicisti che sicuramente investono tempo, energie e soldi per sviluppare i propri progetti, ma che non sono nelle condizioni di poter lavorare seriamente in maniera tutelata perchè non sono personalità giuridiche strutturate, non hanno partita iva e spesso non sono iscritti a cooperative; quindi dargli spazio è complesso e, man mano che poi il sistema viene regolamentato, per forza di cose si tende ad escludere la creatività emergente proprio a causa di un punto di vista burocratico oppure a portarla in luoghi che non sarebbero studiati per fare musica» e aggiunge «La cosa che manca è la consapevolezza, da parte di chi vuole fare musica, del fatto che ormai per poterlo fare seriamente e pretendere di essere trattato adeguatamente e avere lo spazio che si chiede, bisogna trattare il proprio progetto artistico in maniera imprenditoriale».

La difficoltà nello sperimentare

Anche Daniele Citriniti di OffTopic si è espresso sulla questione: «È molto difficile sperimentare in ambito artistico» in quanto in Italia il mercato musicale c'è e cresce, ma il problema è che risponde solamente alle logiche del mercato, non alle logiche di qualità, del benessere delle persone, del livello di formazione-competenza su cui magari altri Paesi pongono maggior attenzione; si tratta di un tema di settore, poichè le politiche nazionali e locali, pubbliche e private, non riescono a

credere abbastanza al valore della cultura, della sperimentazione e della contaminazione.

Dunque si ritorna al problema delle opportunità inespresse a causa dei **pochi investimenti** (anche questo anticipato nel Capitolo 4.2), tuttavia dei tentativi ci sono, come per esempio il già citato **ResetFestival**, manifestazione musicale dedicata interamente proprio alla musica emergente: «Il ResetFestival, che è 15 anni che esiste e continua a dare opportunità, è un festival completamente gratuito e sostenuto da partners che ci credono, gli artisti che partecipano non pagano per la formazione e per tutte le attività» spiega il fondatore Citriniti, «Un festival che in una settimana costa intorno ai 50mila euro è un investimento importante sul valore, sulla scena, su questo fervore, però è faticosissimo».

La poca curiosità e le economie ridotte

Un altro tassello importante è quello della curiosità delle persone, tema affrontato diverse volte in questa tesi, che si ripercuote ovviamente anche sulla musica emergente. Infatti Gianluca Gozzi afferma: «Sempre di più le persone non osano su quello che non conoscono, quindi è sempre più difficile proporre artisti che non abbiano già un pubblico consolidato che li segue; la conseguenza è che avremo eventi sempre più sbiaditi di cose che abbiamo già visto, mentre le cose nuove e innovative, che all'estero emergono in maniera preponderante, qua non passano proprio». Il bassista dei BRX!T, Gabriele, a tal proposito ha commentato che infatti la richiesta di vedere emergenti resta praticamente tra la gente proprio della scena, che ha bisogno di fare rete, mentre «il curioso arriva solo poco dopo che una cosa inizia a far rumore».

Bisogna però sottolineare che questo non è soltanto un problema culturale, in quanto è legato anche alle economie ridotte delle persone: per esempio, soprattutto d'estate, si sceglie magari di andare a sentire un concerto di un grande artista

internazionale, dove si può spendere anche 150 euro, dunque è difficile che si riesca poi a vedere altri concerti, economicamente parlando; questo problema non riguarda appunto i grandi eventi, bensì quelli piccoli e medi e quindi anche la musica emergente che cerca di farsi sentire. Ciò è stato confermato anche da Lorenzo, il frontman dei BRX!T, che ha raccontato di come nell'estate 2023 abbiano avuto la possibilità di aprire un concerto della band Punkreas allo sPAZIO211: il biglietto costava ben 18 euro, un prezzo alto per degli artisti ancora poco conosciuti, e alcuni loro amici non sono potuti andare a sentirli; tuttavia non è nemmeno colpa dei locali, ad eccezione dei casi in cui si sceglie di puntare su un'elite, ma è un problema del settore e diventa un cane che si morde la coda.

La realtà provinciale

Un aspetto interessante, percepito dai BRX!T, è che nella scena emergente torinese ci siano diverse "fazioni" e questo, unito al fatto che chi va ad un concerto molto spesso lo fa per fare networking e quindi sperando di ottenere qualcosa in cambio, crea un ambiente che sul lungo periodo potrebbe risultare quasi tossico. «Devi essere onnipresente da un lato e dall'altro, devi sorridere a tutti quanti anche se quello in particolare lo apprezzi meno, perchè si tratta di esseri umani e, come nella vita, devi sempre fare buon viso a cattivo gioco se no rischi anche di perdere anni di lavoro sulla band stessa e, molto spesso, se vieni etichettato in un certo modo ci rimani per sempre» dicono. Descrivono quindi la scena musicale torinese come una grande classe di terza superiore in cui ci sono i "gruppi", e lamentano una forte ipocrisia delle persone, dovuta al fatto che, come diceva Cesare Pavese, "Torino è un paese" e riflette quindi dinamiche della provincia, che non si riscontrano in città più grandi come Roma.

Le esigenze dei giovani

Nel capoluogo piemontese, un altro tentativo di supportare gli artisti emergenti è quello di Torino Creativa¹⁷⁴, ufficio del Comune che ha come obiettivo proprio quello di creare delle sinergie, fare consulenza ai giovani creativi (non soltanto in ambito musicale) e facilitare i loro progetti. Il responsabile Marco Ciari spiega: «Noi come Ufficio negli anni abbiamo sempre avuto una buona parte incentrata sulla musica e ci siamo sempre occupati della promozione della musica giovanile e di quella emergente, due settori che a nostro giudizio avevano bisogno di essere aiutati, mentre invece ci siamo occupati molto meno della musica di tipo commerciale e di massa perchè a Torino c'erano già strutture che lo facevano, agenzie, organizzatori, locali, quindi non era necessario che il Comune se ne occupasse». Dunque Torino Creativa, oltre a confrontarsi direttamente con gli artisti per ascoltare le loro esigenze, ha creato due iniziative musicali: Pagella Non Solo Rock e Stati Generali del Rock, che sono sostanzialmente dei concorsi musicali che poi vanno a produrre delle rassegne. Tra le due quella più di rilievo, organizzata e ramificata, è Pagella Non Solo Rock, che coinvolge ragazzi molto giovani di massimo 23 anni, quindi la fascia delle superiori e dell'università, organizzando eventi musicali di livello professionale di qualsiasi genere, con tanto di vincitori e premi¹⁷⁵. Ciari racconta anche che negli anni hanno sempre cercato di capire cosa servisse ai giovani artisti: «Magari qualcuno potrebbe pensare che i giovani chiedano contributi in denaro per sostenere le loro attività ma in realtà non è così, spesso non vogliono soldi ma vorrebbero magari meno burocrazia, vorrebbero aiuto con i bandi perchè sono complicati, vorrebbero spazi liberi polivalenti dove possono autogestirsi e non spazi come la birreria o il club dove c'è il gestore che comanda e decide» dunque si torna sui problemi burocratici, già citati, ma anche sulla mancanza di spazi.

Anche Luca Vergano, chitarrista degli Afrodream, conferma questi aspetti e spiega quanto sia importante avere un posto in cui non ti mettano fretta per montare, suonare e smontare tutto, perchè questo non giova all'esibizione e alla creatività; egli descrive il cortile della Cavallerizza come uno dei pochi spazi ideali, in quanto una sera agli inizi del loro percorso come band hanno suonato lì e durante le prove del pomeriggio sono riusciti addirittura a comporre un intero brano che tutt'ora suonano, questo grazie al fatto che fosse un luogo in cui lasciavano liberi a livello di tempo e spazio, un luogo di aggregazione sia per chi veniva ad ascoltare sia per gli artisti che trovavano uno spazio fertile per suonare.

Vergano, essendo anche un produttore, racconta di vedere tanti artisti e band durante l'anno e che tutti hanno gli stessi problemi, ovvero di non trovare dei posti in cui esibirsi, perchè non ci sono spazi per tutti i "range di fama".

Il quartetto garage-rock dei BRX!T sostiene questa tesi, vissuta in prima persona, spiegando che si tratta del classico percorso di gavetta: di spazi che danno la possibilità di suonare ce ne sono, e sono i già menzionati Magazzino sul Po, l'OffTopic, lo sPAZIO211, il Blah Blah ecc., ma per arrivare ad esibirsi lì un emergente deve sgobbare tanto e quindi per forza deve passare da quei locali che sono meno adatti e catchy, come per esempio il Xò Cafè o altri pub/ristoranti. «Arrivi a suonare in dei locali degni di nota e degni di condizioni tecniche e di pubblico quando passi un po' veramente dal purgatorio», dicono.

La cosa fondamentale per farsi notare è quello di fare networking su Torino, spiegano gli intervistati, perchè è ciò che permette di ottenere opportunità più importanti.

Torino nel complesso si può quindi dire che abbia un importante giro underground, con tanti artisti e band emergenti e giovani, e questo viene percepito anche dalla provincia.

A tal proposito è stato intervistato anche Tommaso Mulatero, tastierista dei Kanerva, band indie-rock di Pinerolo; nonostante Pinerolo venga descritta come una bella realtà, dove si vive bene in una bolla indipendente da Torino, o almeno fino all'università, per quanto riguarda la musica si nota tantissimo lo stacco, sostiene Tommaso: «I posti in cui si può suonare, io e la mia band li abbiamo fatti tutti e sono principalmente bar, feste del paese o magari posti dove fanno aperitivo, non c'è la dimensione dei locali da concerti, invece a Torino c'è molto e l'ho percepito parecchio, è una città con mille potenzialità».

Tutti gli artisti intervistati, quindi i BRX!T, Luca Vergano e Tommaso Mulatero, concordano sul fatto che Torino permetta di arrivare ad un buon livello, dopodichè però, rispetto a città come Milano o Roma, una volta che si arriva a quel livello si rimane un po' fermi e per fare il salto bisogna spostarsi; questo è il motivo per cui la maggior parte dei cantanti e delle band torinesi ad un certo punto si allontana da Torino, andando prevalentemente a Milano o all'estero, cosa che Vergano insieme agli Afrodream ha infatti già fatto e che hanno in programma di fare anche i BRX!T e i Kanerva. Questo è un grande peccato perchè il capoluogo piemontese, come già confermato, ha le possibilità per dare tanto e si respira un'atmosfera interessante: «Questo un po' mi spiace [il fatto di doversi spostare] perchè Torino rimane secondo me stupenda, non c'è la logica di Milano su quanti followers hai ma è un po' più romantica sulla musica in sè».

4.4.2

Il pubblico torinese

Come è stato analizzato nei capitoli precedenti, c'è un problema di educazione e sensibilizzazione del pubblico, che è meno interessato ai piccoli e medi eventi di musica live rispetto al passato, ha meno curiosità nello scoprire artisti nuovi e pretende la quasi gratuità della maggior parte degli eventi, tutti aspetti in contrasto con le esperienze estere.

Ma oltre a ciò, è interessante capire come viene percepito il pubblico di Torino direttamente dagli artisti della città, che vivono in prima persona le esibizioni.

Luca Vergano ha fatto un parallelismo con l'estero, siccome gli Afrodream si sono esibiti diverse volte in Francia, Germania, Svizzera, Austria e Repubblica Ceca, evidenziando come il pubblico estero sia molto più caloroso ed abituato a partecipare a festival ed eventi musicali (elemento che conferma quanto detto anche nel Capitolo 3.5 sui festival musicali in Italia): «Siamo stati a suonare in Austria e in Repubblica Ceca qualche mese fa e, non dico che sei una divinità, però diciamo che c'è molta più voglia di farti sentire accolto, di farti sentire bene, proprio a livello di energia umana che ti trasmettono le persone, qua invece non c'è, o comunque molto meno».

Un paragone con altre città italiane invece è stato fatto dai BRX!T, che si sono trovati a suonare in tanti contesti diversi a Belluno, Pavia, Genova, Milano, Piacenza e Bologna. Tutti e quattro i componenti della band concordano: «Secondo l'esperienza di chi suona a Torino da più di 10 anni, il pubblico torinese è sempre un pochettino **difficile** perchè o lo prendi bene nelle prime tre canzoni o non lo prendi mai più» e continuano «Il pubblico di Torino in particolare, che conosciamo molto bene, è un pubblico sicuramente molto abitudinario, quindi per divertirsi veramente ad un tuo concerto deve venirti a vedere almeno tre volte, deve conoscerti di persona e poi magari si diverte pure» mentre in altre città, in particolare Pavia, si sono trovati davanti ad un pubblico un po' più sciolto anche se loro come band erano totalmente "sconosciuti".

Dunque concludendo, abbiamo già visto che il pubblico italiano, rispetto a quello estero, è meno caloroso, tende ad affezionarsi a pochi artisti e ha poca curiosità nel conoscerne di nuovi, soprattutto se si tratta di emergenti.

Questa chiusura culturale però sembra essere ancora più marcata nel pubblico torinese, definita come "comportamento tipico sabaudo", in quanto i torinesi risultano ancora più diffidenti agli inizi e tendono a sbottonarsi solamente quando imparano a conoscere l'artista, momento in cui iniziano poi a divertirsi e a diventarne magari fan.

4.5

La comunicazione della musica

Un ultimo aspetto importante da analizzare è quello della comunicazione, quindi come viene comunicata e pubblicizzata la musica a tutti i livelli, dai festival e grandi concerti, ai locali, fino agli artisti.

Festival e grandi eventi

Quello che è emerso attraverso sia le interviste svolte sia una ricerca approfondita sui vari canali online dei soggetti presi in esame, è che i festival musicali e i grandi concerti sono quelli che hanno una comunicazione più completa e strutturata. Sono gli unici infatti che hanno ancora una comunicazione offline molto forte: passeggiando per Torino capita spesso di imbattersi in manifesti affissi su cartelloni da strada, di grandi dimensioni, oppure sulle pensiline dei bus e le fermate, sui lampioni ecc. Quindi una persona può venire a conoscenza dell'esistenza di questi eventi in modo passivo, semplicemente camminando per la città. Ma la comunicazione cartacea continua anche con poster e volantini, che vengono spesso

pubblicizzati dai locali, generalmente quelli che ospiteranno i festival e i concerti in questione ma non solo, in quanto la comunicazione del TOdays Festival, per esempio, raggiunge anche luoghi di altre città italiane; «TOdays è un festival che ad oggi ha tra le 10.000 e le 20.000 persone di cui per il 49% arrivano da altre regioni e da altri paesi, la metà, e quindi bisogna avere varie strategie» spiega Gianluca Gozzi.

Laura Tori di MiTo Settembre Musica aggiunge che, fino a qualche anno fa, si acquistavano abbastanza spazi pubblicitari su carta, quindi su quotidiani e riviste, ma la cosa è un po' diminuita sia perchè le stesse riviste non ci sono più sia perchè lo strumento è diventato meno importante: «D'altra parte, una nicchia di persone che leggono giornali cartacei o la versione digitale di riviste specializzate musicali esiste, quindi comunque una presenza lì la manteniamo anche se piccola».

Inoltre, gli organizzatori di festival intervistati sostengono che il **passaparola** sia un altro strumento molto utile, che alimenta la conoscenza e la curiosità tra il pubblico.



Figura 151 Le affissioni sui banner per le strade



Figura 153 I poster sui muri per le strade



Figura 152 Le pubblicità sui lati dei pullman



Figura 154 Le brochures degli eventi

La strategia online è ancora più sviluppata e articolata in quanto deve essere in grado di raggiungere non solo il pubblico torinese, ma anche quello italiano ed estero attraverso le varie piattaforme. Tutti i festival hanno un sito web, nel quale raccontano la propria storia, i valori e gli obiettivi, con una sezione apposita che tratta nello specifico l'organizzazione degli eventi, con le location, gli orari e gli ospiti attesi; generalmente è presente anche una sezione che racconta e documenta tutto quanto è accaduto nelle edizioni precedenti. Il secondo strumento più utilizzato è il **profilo Instagram**, che risulta essere attivo durante tutto l'anno: generalmente è più attivo nel periodo che va dall'annuncio della stagione alla realizzazione del festival, in quanto informano su cosa succederà e su quanto avviene durante l'evento stesso; conclusa la manifestazione invece i contenuti diminuiscono un po, ogni tanto vengono postati dei ricordi dell'edizione appena avvenuta, ma in genere si cerca di non far "morire" mai la pagina. Parallelamente viene portata avanti la pagina Facebook, di solito abbastanza attiva e utilizzata soprattutto per caricare le foto fatte dai fotografi durante gli eventi. Qualcuno poi sceglie di comparire anche sui social YouTube e Twitter, ma in maniera molto minore.

Viene utilizzata molto invece la pratica di inviare email attraverso la **newsletter**, in modo da

creare un rapporto più diretto con le persone più interessate, che scelgono appunto di iscriversi per ricevere informazioni ed aggiornamenti. Ci sono poi delle pratiche ancora meno diffuse ma molto interessanti, come quella di realizzare una **playlist Spotify** con tutte le canzoni che hanno fatto parte di una determinata edizione di un festival, strategia utilizzata per esempio dal TOdays Festival e dal ResetFestival.

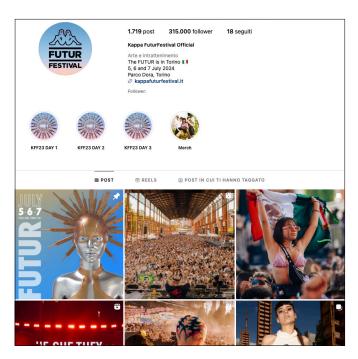


Figura 155 La pagina Instagram del Kappa Futur Festival



Figura 156 Sito web del Torino Jazz Festival

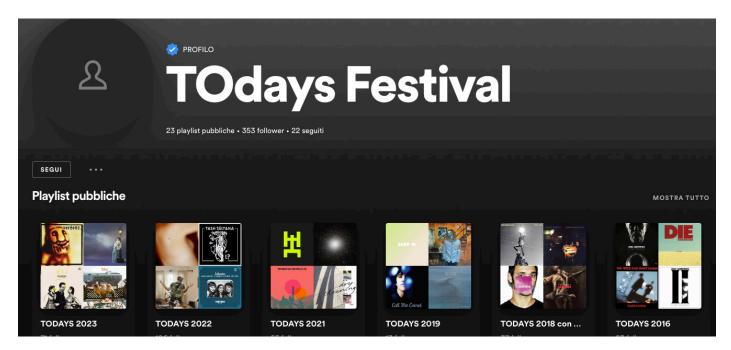


Figura 157 La playlist Spotify del TOdays Festival

Locali

Passando ad analizzare i locali, la situazione inizia già a cambiare in quanto la strategia di comunicazione è interamente online; infatti rispetto al passato, ad oggi i locali non sono più grandi stampatori di locandine e flyer, sia perchè negli anni se ne è perso un po' l'utilizzo sia per una scelta di essere più ambientalisti. Lavorano anche molto sul passaparola, sulla volontà di creare una

vera e propria community utilizzando un tone of voice specifico.

Lo strumento d'eccellenza per conoscere al meglio i locali è il **sito web**, che nella home presenta in primo piano generalmente due opzioni: tutti gli eventi principali in programma, rappresentati come delle locandine, come nel caso per esempio di Hiroshima Mon Amour, oppure il racconto di

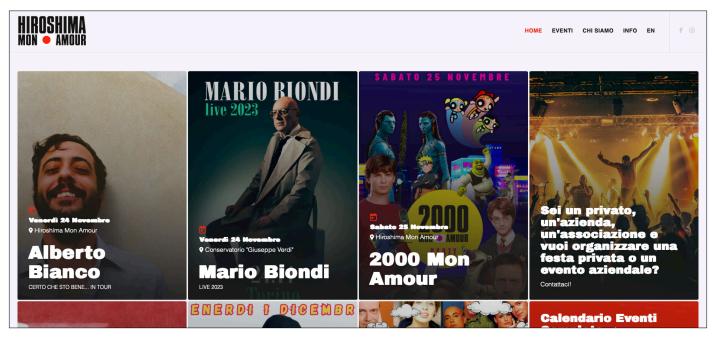


Figura 158 Homepage del sito web dell'Hiroshima Mon Amour

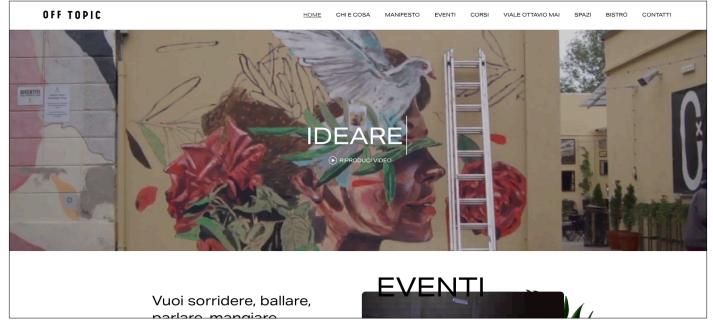


Figura 159 Homepage del sito web dell'OffTopic

quelli che sono i valori, come nel caso di OffTopic. Non mancano poi nella sezione apposita i racconti sulla storia e la mission dello spazio in questione.

Il secondo strumento più utilizzato è Instagram, dove i post sono prevalentemente le locandine degli eventi e foto e video relativi alle esibizioni. Il fatto che vengano pubblicate le locandine da un lato è ottimo perchè informano sui futuri programmi e in questo modo l'utente è sempre aggiornato, ma dall'altro si crea un po' di confusione a livello visivo perchè in genere questi poster grafici sono tutti diversi e colorati, anche se in alcuni casi si percepisce tutto sommato un tentativo di creare una coerenza visiva, come nel profilo di sPAZIO211 e Cap10100. Un altro social molto utilizzato dai locali è Facebook: anche qui vengono pubblicate le locandine, vengono creati gli eventi in programma nella sezione apposita della piattaforma, ma soprattutto qui vengono caricate tutte le foto delle serate, che i partecipanti possono andare a cercare e scaricare. Infine, anche i locali adottano le email attraverso la newsletter, sempre per rafforzare l'idea di community e fidelizzare i clienti.

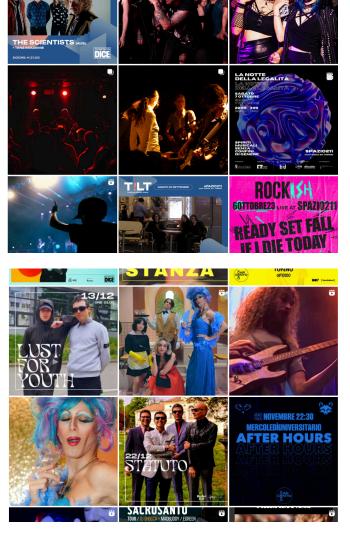


Figura 160 I feed delle pagine Instagram di sPAZIO211 (in alto) e Cap1011 (in basso)

Cantanti e band

Anche per quanto riguarda gli artisti, le strategie di comunicazione sono interamente online.

Nel caso di cantanti e band già affermate gli strumenti sono molteplici: il social più utilizzato è sicuramente Instagram, che gli artisti impiegano per mostrarsi e avere un contatto più diretto con i propri fan, ma negli ultimi anni si è diffuso tantissimo anche TikTok, dove partecipano ai trend, alle challenge e pubblicizzano i nuovi brani, poi cè anche qualcuno con una pagina Facebook. Inoltre per diffondere la propria musica, oltre ai già citati social, vengono utilizzati gli strumenti più professionali di Spotify, Apple Music e YouTube per i videoclip.

Nel caso degli artisti emergenti o comunque non particolarmente conosciuti, gli strumenti adottati sono più o meno gli stessi, ma con qualche difficoltà in più dovendo gestirli da soli. Infatti, tutti gli artisti intervistati hanno spiegato di essersi fatti aiutare qualche volta da amici con la pubblicazione dei post sul profilo Instagram, ma in generale lo gestiscono autonomamente; l'obiettivo comune è quello di cercare di avere un approccio molto reale e diretto, mettendo foto e video delle esibizioni o dei momenti di vita privata, ma tutti loro concordano sul fatto di dover migliorare a livello di comunicazione social. Tuttavia, soprattutto sul profilo dei BRX!T emerge a colpo d'occhio una forte identità e una buona coerenza visiva e lo stesso discorso vale per i Kanerva, anche se meno attivi.

Dunque scoprire sui social artisti emergenti non è facile, ma spesso si può leggere i loro nomi, sotto forma di tag, nei post pubblicati dai profili dei locali o degli eventi locali e nazionali, oppure ancora sul profilo Instagram di Torino Creativa; inoltre, come detto precedentemente, c'è tanto networking tra gli emergenti, quindi magari nelle storie Instagram pubblicate da un artista si scopre il nome di un altro artista.

Infine per quanto riguarda la diffusione delle loro canzoni viene utilizzato prevalentemente Spotify, mentre è già più raro YouTube in quanto agli inizi è difficile che si riesca a realizzare dei videoclip.

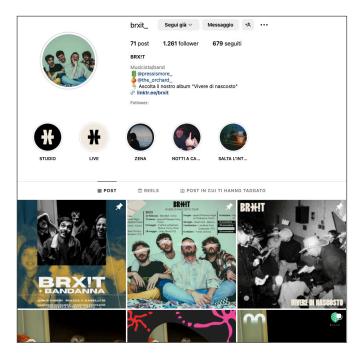


Figura 161 La pagina Instagram della band BRX!T

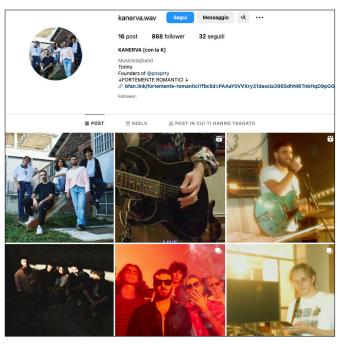


Figura 162 La pagina Instagram della band Kanerva

Torinosette

Una menzione a sé merita il giornale Torinosette, settimanale in uscita il venerdì con La Stampa Torino (oppure nella versione online) e che da più di 30 anni è tassello cruciale per la città. Si tratta di un punto di riferimento per la vita sociale e culturale di Torino, un "involucro di creatività" come è stato descritto dal direttore Maurizio Molinari. Infatti il settimanale accompagna i torinesi con sette giorni di buone notizie e iniziative, nello specifico è presente una sezione dedicata alla musica e quindi racconta e informa sui prossimi spettacoli, concerti e rassegne a Torino e provincia, ma si trovano anche tante menzioni ai locali, agli eventi che organizzano e agli artisti della città, dai più famosi a quelli meno conosciuti¹⁷⁶.



Figura 163 Copertina di Torinosette dedicata al Torino Jazz Festival



Figura 164 Copertina di Torinosette dedicata al tour di Achille Lauro



Figura 165 Copertina di Torinosette dedicata al TOdays Festival

Analisi dello scenario

5.1

Analisi SWOT

Comprese le caratteristiche della scena musicale di Torino, queste sono state messe a sistema attraverso un'analisi SWOT, che ha permesso di evidenziare i **punti di forza e di debolezza** e di individuare le **opportunità e le minacce**.

Questo metodo è stato utile per capire quali siano effettivamente le criticità legate alla musica nel territorio torinese, dove poter intervenire con la progettazione in modo da rendere tali mancanze nuovi punti di forza per valorizzare la città.

La percezione di Torino

Punti di forza	Punti di debolezza
Torino viene descritta come una città con molto fermento e infinite potenzialità, soprattutto rispetto ad altre realtà come al Sud Italia.	Le tante potenzialità non vengono trasformate in opportunità reali e vengono lasciate morire, a causa dello scarso investimento nel settore da parte delle istituzioni e a causa delle numerose burocrazie. Gli aiuti da parte delle amministrazioni e i fondi alla cultura non bastano.
	Gli artisti spesso non ricevono un trattamento adeguato e devono contrattare per il loro cachet, come se il loro non fosse un lavoro vero e proprio.
A Torino viene percepita ed apprezzata un'atmosfera più romantica e creativa legata alla musica, e meno legata ai numeri e ai followers sui social come in altre grandi città come Milano.	Una volta che si suona nei principali locali torinesi e si arriva ad un buon livello si rimane fermi, per fare il salto è necessario spostarsi nelle grandi città italiane Milano e Roma o all'estero.
Torino è tra le città italiane che più dà voce alla musica underground e alla cultura dal basso, basta guardare al grande numero di artisti che nascono ogni anno e alla grande quantità di organizzazioni e collettivi su tutti i generi musicali.	

Opportunità	Minacce
Aumentare i fondi alla cultura e rivedere l'intero apparato burocratico per eliminare elementi difficoltosi e superflui.	In Italia il settore dello spettacolo dal vivo presenta grandi criticità e una forte dispersione dei lavoratori che non hanno tutele e compensi adeguati.
Maggior coesione tra i soggetti del settore per far capire alle istituzioni e alle amministrazioni l'importanza che la musica dal vivo ha per la vita culturale di Torino e che per ottenere delle opportunità è necessario investire.	
"Torino, che cultura!" bando triennale da oltre 4 milioni per finanziare attività culturali, anche nel campo dell'arte di strada e della musica. http://www.torinoclick.it/?p=115811	
	All'estero la professione dei cantanti e dei musicisti è molto più tutelata e riconosciuta.
	Le grandi città italiane (Milano e Roma) o estere permettono di ottenere un maggiore successo e riconoscimento a livello internazionale e mondiale.
"Torino, che cultura!" bando triennale da oltre 4 milioni per finanziare attività culturali, anche nel campo dell'arte di strada e della musica. http://www.torinoclick.it/?p=115811	Grandi città italiane come Milano e Roma, ma anche Bologna e Reggio Emilia, rubano il più delle volte la scena.

I luoghi della musica

Punti di forza	Punti di debolezza
I luoghi per la musica dal vivo sono aumentati negli ultimi 20-40 anni e, anche se dopo la pandemia alcuni hanno chiuso, dal 2021 al 2022 in Italia e in Piemonte c'è stata una risalita nel numero dei locali che hanno superato i risultati pre pandemici. Inoltre, sono tanti gli spazi culturali e polifunzionali, come musei e palazzi storici della città, che a Torino ospitano eventi di musica live.	Non esistono spazi di medie dimensioni costruiti apposta per la musica contemporanea e popolare: sono in genere luoghi che si improvvisano, non adeguati dal punto di vista tecnico ed acustico, con capienze ridotte. Questo causa difficoltà sia per i musicisti sia per gli ascoltatori. C'è molta omologazione tra i locali, che permette meno un'evoluzione.
I gestori dei locali intervistati riferiscono di aver ottenuto un buon riscontro di pubblico dopo la batosta della pandemia.	C'è un problema di sensibilizzazione del pubblico, che è restio a pagare anche una piccola cifra per i piccoli e medi eventi.
I principali live club (sPAZIO211, Magazzino sul Po, OffTopic ecc.) oltre ad offrire una vasta offerta musicale si affermano come presidi culturali e luoghi di aggregazione per i giovani.	Lo sPAZIO211 ad ottobre 2023 è stato costretto a chiudere per un periodo, a causa di continui furti e minacce e lo scarso aiuto ricevuto dal Comune.
Il Centro di Torino è invaso da musicisti e cantanti di strada, che si esibiscono nelle strade e nelle piazze.	Il sistema di prenotazione per la musica di strada tramite la piattaforma web Arthecity (che però riguarda tutte le arti di strada) coinvolge solo i due assi centrali della città. Il sito web è obsoleto. Cè una concentrazione nelle vie principali del Centro e uno spopolamento di altre zone che avrebbero del potenziale. Questo affollamento territoriale nella zona centrale provoca una lunga "lista d'attesa" tra gli artisti. Ad eccezione degli eventi di punta, come nel caso dell'Eurovision, non sono ad oggi presenti esperienze musicali di strada continuative nel tempo.

Opportunità	Minacce
Stanziare dei fondi per costruire o riqualificare zone abbandonate industriali per realizzare almeno uno spazio di medie dimensioni dedicato alla musica contemporanea e popolare, che abbia una capienza di circa 700-800 persone, un palco abbastanza grande e che sia adeguato dal punto di vista acustico.	In altri Paesi come Francia e Germania è pieno di locali di diverse dimensioni in cui viene dato spazio ai generi più disparati come la techno.
Campagna di comunicazione attraverso social, manifesti e altre strategie che facciano capire al pubblico l'importanza delle esibizioni live per gli artisti.	Nel complesso, in Italia la domanda di musica dal vivo dei piccoli e medi eventi è diminuita rispetto a 20 anni fa, i giovani hanno perso interesse a causa anche di una modalità di fruizione dei contenuti musicali che è cambiata nel tempo.
	Il grave problema di disagio e di povertà delle periferie rischia di pregiudicare l'esistenza di locali per la musica.
"Torino, che cultura!" bando triennale da oltre 4 milioni per finanziare attività culturali, anche nel campo dell'arte di strada e della musica. http://www.torinoclick.it/?p=115811 Riprogettare una piattaforma web rivolta unicamente alla musica di strada, coinvolgendo l'intera città e non solo il Centro. Organizzare eventi dove i musicisti di strada possano collaborare e suonare insieme, o riproporre un concorso tra i buskers torinesi e documentarlo sui social. Organizzare workshop gratuiti per il pubblico che insegnino le basi della musica, incoraggiando l'interazione e l'apprezzamento per la musica di strada.	In altri Paesi esteri, come l'Inghilterra, il busking è molto forte e regolato da leggi chiare e precise. Iniziative italiane di rilievo come il Ferrara Buskers Festival o il Festival degli artisti di strada di Ostuni.

I festival

Punti di forza	Punti di debolezza
Torino ospita ogni anno numerose rassegne musicali di grande importanza nel panorama nazionale e alcune risuonano anche all'estero (TOdays Festival, C2C). In particolare, Torino è considerata la patria italiana della musica elettronica.	L'Italia non è un paese da festival: • motivi economici; • le persone sono poco abituate ai ritmi dei grandi festival anche dal punto di vista fisico; • predisposizione del pubblico italiano ad affezionarsi ad un solo artista o genere musicale, dunque si dà meno spazio ad artisti stranieri o innovativi perchè meno redditizi e meno convenienti; • concezione del live da intrattenimento preconfezionato; • difficoltà a trovare luoghi adatti e scarsa disponibilità degli enti locali.
L'Eurovision Song Contest 2022 si è svolto a Torino con ricadute molto positive su turismo ed economia, dimostrandosi una città attrattiva e aperta alle novità.	Torino è molto sottovalutata e ha la nomea di città grigia e triste, stereotipo legato all'età industriale. https://www.rollingstone.it/pop-life/leurovision-e-stato-anche-il-trionfo-di-torino/639321/

La scena musicale torinese

Punti di forza	Punti di debolezza
Torino ha segnato la musica italiana e internazionale: è considerata la patria del jazz e ha dato i natali ad alcuni dei cantanti e musicisti italiani più famosi nel mondo (Umberto	Ad oggi Torino dal punto di vista musicale è molto sottovalutata e poco riconosciuta, non rientra tra le città italiane più note dal punto di vista musicale.
Tozzi, Rita Pavone, Fred Buscaglione, Gipo Farassino).	Questa versatilità artistica e dinamicità è per certi versi ancora poco riconosciuta, Torino rimane autoreferenziale.
Inoltre è una città molto versatile e dinamica dal punto di vista artistico: negli anni più recenti sono nati molti cantanti e gruppi (Statuto, Subsonica, Gabry Ponte, Gigi D'Agostino, Eugenio in Via Di Gioia) ma anche numerosi rapper (Ensi, Shade, Fred De Palma) e continuano a nascere ogni anno nuovi talenti.	

Opportunità	Minacce
	All'estero ci sono importanti macrofestival come il Coachella, il Primavera Sound, lo Sziget ecc. dove i nomi non sono fondamentali, infatti le persone acquistano i biglietti con mesi di anticipo senza sapere chi suonerà. Inoltre, si propone un'esperienza totalizzante ed immersiva più simile ad un viaggio.
Candidare più spesso Torino come sede di eventi musicali che richiamano un gran numero di persone.	Grandi città italiane come Milano e Roma, ma anche Bologna e Reggio Emilia, rubano il più delle volte la scena.

Opportunità	Minacce
Proporre Torino come candidata per entrare nella Rete delle Città della Musica UNESCO.	Grandi città italiane come Milano e Roma, ma anche Bologna e Reggio Emilia, rubano il più delle volte la scena.
Lavorare su una campagna di comunicazione di Torino come città anche musicale, attraverso social, manifesti, eventi e altre strategie di marketing.	

La musica emergente

Punti di forza	Punti di debolezza
A Torino c'è un grande movimento di artisti e band emergenti.	Torino presenta delle dinamiche da provincia, in cui nella scena emergente tutti si conoscono e si creano dei gruppetti. Bisogna fare attenzione a non farsi etichettare in un determinato modo.
L'Ufficio Torino Creativa supporta i giovani creativi anche in musica, con concorsi come Pagella Non Solo Rock e Stati Generali Del Rock.	Pagella Non Solo Rock, il concorso più conosciuto tra i due, è dedicato solamente agli under 23. Inoltre, la logica dei talent non è sempre apprezzata tra gli artisti.
Sulla pagina Instagram di Torino Creativa è possibile scoprire alcuni giovani cantanti e band torinesi, oppure nelle pagine dei locai che pubblicizzano gli eventi.	Non è facile venire a conoscenza dei talenti emergenti torinesi, in quanto la comunicazione avviene per vie secondarie attraverso altre pagine che non tutti seguono.
Il ResetFestival è dedicato interamente alla musica emergente e sommersa. Non si propone come una gara ma come un acceleratore formativo, una vetrina di talenti e spazio d'incontro.	Non ci sono altre opportunità di questa importanza durante il resto dell'anno.
I principali live club (sPAZIO211, Magazzino sul Po, OffTopic) danno spazio agli artisti locali.	Prima di arrivare a suonare in quei locali, un emergente deve sgobbare e passare per quegli spazi tipo pub e birrerie che sono meno adatti.
	Mancano spazi liberi polivalenti in cui gli artisti possano autogestirsi e non spazi come la birreria o il club dove c'è il gestore che comanda, decide e mette fretta.
	A volte gli organizzatori tendono ad escludere la creatività emergente a causa delle troppe burocrazie. Gli emergenti spesso chiedono aiuto con i bandi perchè sono complicati.

Opportunità	Minacce
Utilizzare la tecnologia per creare esperienze immersive legate alla musica emergente. Installazioni artistiche interattive o progetti multimediali che coinvolgano il pubblico in modo innovativo.	È molto difficile sperimentare in ambito artistico in Italia a causa delle logiche puramente di mercato del settore. Invece all'estero pongono più attenzione alle logiche di qualità, del benessere delle persone, del livello di formazione-competenza. Soprattutto dopo il Covid-19, le persone hanno economie ridotte, quindi spendono generalmente per i concerti di un grande artista internazionale ed è difficile che poi spendano per i piccoli e medi concerti, ancora meno per gli artisti emergenti.
Organizzare concorsi musicali o altre attività per gli artisti emergenti senza limiti di età, offrendo opportunità di esibizione in luoghi di rilievo o premi per aiutare a promuovere le loro carriere.	
Creare un sito web e app dedicati agli artisti emergenti, dove possono caricare la loro musica, condividere notizie ed eventi futuri e rendendolo interattivo per coinvolgere il pubblico.	
Il sito web/app per gli emergenti diventerebbe una vetrina con cui presentarsi e farsi conoscere anche ai locali, ai produttori, aiutandoli così nel percorso di gavetta.	All'estero le proposte nuove e innovative emergono in maniera preponderante.
Trovare degli spazi in cui i cantanti e le band possano esprimersi.	
Offrire maggiori opportunità di esibizione.	

Punti di forza	Punti di debolezza
	Le persone non osano su quello che non conoscono, quindi è difficile proporre artisti che non abbiano già un pubblico consolidato.
	Il pubblico di Torino è un po' difficile, abitudinario e freddo, tende a sbottonarsi solamente dopo che impara a conoscere l'artista.

Opportunità

Creare una campagna di comunicazione sull'importanza di supportare la musica emergente

locale, utilizzando i social media, manifesti, eventi speciali e altre strategie di marketing creativo per coinvolgere il pubblico e aumentare l'interesse.

Organizzare workshop gratuiti o a basso costo per il pubblico, focalizzati su argomenti legati alla musica (produzione musicale, gestione della carriera musicale, marketing, ecc.). Questi eventi possono attirare sia gli artisti emergenti che il pubblico interessato alla musica.

Provare ad organizzare eventi sulla scia di Sofar Sound, con artisti segreti e location segrete, lavorando molto sulla comunicazione per suscitare curiosità.

https://www.sofarsounds.com

Minacce

All'estero c'è molta più curiosità, le persone acquistano biglietti di festival ed eventi musicali anche senza sapere chi si esibirà.

All'estero il pubblico è molto più caloroso e abituato al contatto con gli artisti.

In Italia in generale il pubblico tende ad essere più chiuso ma, in alcune città come Pavia, Bologna e Genova, e ancora di più al Sud, si percepisce più scioltezza e voglia di divertirsi.

Analisi risultati

Dall'analisi è emerso che diverse criticità riguardano **aspetti puramente amministrativi ed economici**: Torino ha molte potenzialità che però rimangono inespresse a causa dello scarso investimento nel settore e delle lente burocrazie e i fondi alla cultura non bastano, tutti aspetti molto importanti su cui però a livello progettuale è difficile andare a lavorare, siccome sono ambiti gestiti dal Comune e dalle istituzioni.

Un altro elemento critico è come la musica contemporanea e popolare sia penalizzata rispetto a quella classica, non solo da un punto di vista economico ma anche per quanto riguarda i luoghi¹⁷⁷: non esistono infatti a Torino, e in Italia, luoghi di medie dimensioni (per circa 700-800 persone) costruiti apposta per concerti di musica contemporanea e popolare, che non siano né troppo piccoli, permettendo solamente un "chitarra e voce", né troppo grandi, come i palazzetti e gli stadi che hanno una capienza ben maggiore e di cui invece la città è ben fornita; tuttavia, anche andare a risolvere questa criticità non è semplice in quanto risulterebbe molto complesso costruire da zero un edificio di medie dimensioni e adeguato dal punto di vista acustico, quello che si può fare però è continuare a cercare nuovi spazi e opportunità per la musica.

Dall'analisi è emerso anche che Torino è una città con tanto fermento, dove si respira un'atmosfera più romantica e creativa per quanto riguarda la musica, meno legata ai numeri rispetto ad altre città come Milano, inoltre ha segnato la musica italiana e internazionale e, ogni anno, continuano a

nascere sul territorio nuovi talenti; tutti questi elementi mostrano una forte dinamicità e versatilità artistica, eppure una grande criticità riguarda proprio il fatto che il capoluogo piemontese ad oggi è poco riconosciuto per la musica, rimane un po' troppo autoreferenziale¹⁷⁸ e in disparte rispetto ad altre città italiane¹⁷⁹.

Un altro aspetto importante riguarda la musica emergente: Torino è considerata tra le città italiane che più dà voce alla musica underground e alla cultura dal basso, c'è un grande movimento di artisti e band emergenti; i principali live club danno spazio per suonare, alcuni in particolare, come Magazzino sul Po e OffTopic, pongono molta attenzione alla scena locale.

Tuttavia il capoluogo piemontese è stato definito non immediato, in quanto per poter arrivare a suonare in quei locali un emergente deve fare una difficile gavetta e "passare per il Purgatorio" esibendosi in luoghi come pub e ristoranti, quindi in spazi meno adatti dove la musica è solamente secondaria. Inoltre, scovare un artista emergente online non è semplice, in quanto in genere hanno solamente una pagina Instagram autogestita e non sempre particolarmente attiva.

Una difficoltà si riscontra anche nel pubblico: rispetto all'estero, in Italia le persone non osano su quello che non conoscono, dunque è più difficile proporre artisti che non hanno un seguito consolidato; inoltre, il pubblico italiano rispetto a quello estero è meno caloroso, e si nota una differenza ancora maggiore a Torino, dove il pubblico è stato definito più difficile, abitudinario e freddo, che tende a sciogliersi e divertirsi solamente dopo che impara a conoscere l'artista.

¹⁷⁸ Intervista di Gianluca Gozzi per Onda Rock.

¹⁷⁹ Intervista agli Eugenio in Via Di Gioia per Torino Magazine.

Infine, un'ultima area interessante emersa è quella della musica nello spazio pubblico: attualmente la musica di strada della città è gestita tramite la web app Arthecity che consente di prenotarsi però solamente nei quattro assi centrali del Centro, mentre nel resto della città l'esercizio della musica di strada è libero; questo tuttavia genera molta confusione, in quanto si è visto che spesso gli artisti vengono fatti sgomberare dalle forze dell'ordine dopo poco tempo, o non possono proprio esibirsi, e quindi non è chiaro dove sia permesso suonare e dove no.

Questa incertezza porta dunque un concentramento della musica di strada solamente nel Centro tra Porta Nuova e Piazza Castello, con una conseguente "lista d'attesa" per i musicisti e un'inattività di altre zone che sarebbero comunque valide. Inoltre, ad eccezione di qualche grande evento di punta durante l'anno, come è accaduto durante l'Eurovision Song Contest 2022, nella quotidianità c'è poco fermento rispetto all'estero dove invece il busking è molto presente e attira anche turisti.

Infatti, nel complesso le esibizioni nelle strade e nelle piazze sono un modo per catturare l'attenzione dei passanti e/o per riqualificare determinate aree, ma spesso **se ne sottovaluta l'importanza**, e costituiscono un'esperienza di crescita e di guadagno per gli artisti.

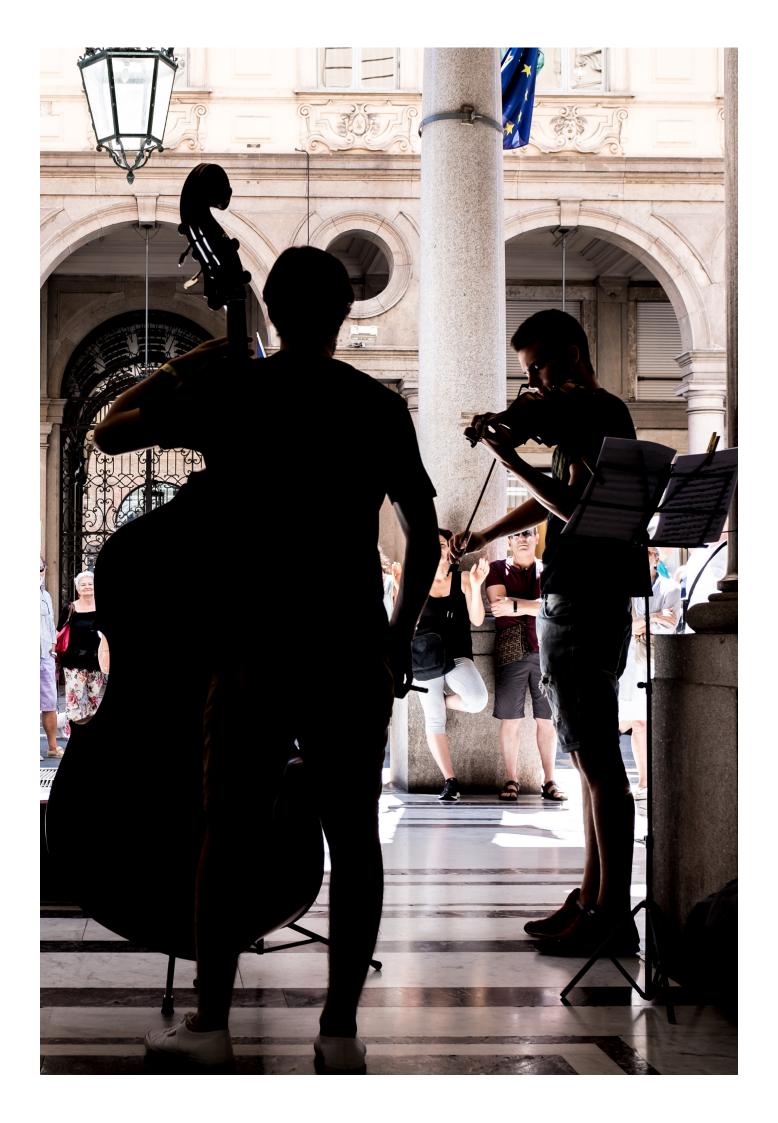
5.2

Linee guida e concept

Linee guida progettuali

Da tutta la ricerca effettuata e dall'analisi SWOT sono emersi dei **punti cardine**, ovvero delle linee guida che il progetto dovrà rispettare in modo da essere coerente con quanto analizzato. Il progetto che si andrà a realizzare dovrà essere:

1	Un modo per trasformare la percezione di Torino come centro musicale dinamico
2	Un mezzo per facilitare il percorso di gavetta degli artisti emergenti
3	Uno strumento per distribuire in modo più omogeneo la musica di strada, sia in senso temporale sia territoriale
4	Un'opportunità per riqualificare determinate aree, poco o mal sfruttate
5	Un'occasione per coinvolgere i cittadini torinesi e i turisti



Concept

Un servizio che valorizzi il patrimonio musicale emergente di Torino,

che crei **nuove opportunità** di esibizione e **nuovi spazi** per la musica nella città.

Una **rete** che connetta i musicisti di strada, i cantanti e le band emergenti con gli stakeholder del territorio, permettendo non soltanto la crescita degli artisti ma anche di Torino stessa.

5.3

Casi studio

In questa fase sono stati analizzati **14 casi studio**, con l'obiettivo di identificare le attività e gli eventi che coinvolgono i musicisti di strada ed emergenti nelle città, a livello locale, nazionale e internazionale.

Si è scelto di analizzare eventi di piccola e media portata, più spontanei, essendo maggiormente in linea con gli obiettivi progettuali della tesi.

Per ogni caso studio preso in esame è stata realizzata una **scheda di dettaglio**, nella quale sono sintetizzate le informazioni principali: una descrizione generale dell'evento, la tipologia e l'obiettivo, il genere musicale, il target di riferimento, la calendarizzazione, le location, il prezzo, le partnership, gli eventuali servizi annessi e gli strumenti di comunicazione.

La scheda consente di identificare lo stato dell'arte, in particolare riguardo a temporalità, location e prezzo, ma anche di cogliere le strategie e le best practices alle quali fare riferimento durante la progettazione.

Musica **Ovunque**

Target principale

2022, Torino (non più attivo)

Tipologia

Esibizioni musicali in strada.

Obiettivo

Turismo, valorizzazione della città, showcase.

Tipologia musica Varia acustica o con minima amplificazione.

Tipologia artisti Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Realizzato nel 2022 in occasione dell'Eurovision Song Contest a Torino, ha visto la band Eugenio in Via di Gioia realizzare un vero e proprio tour della città con esibizioni nei luoghi più iconici di Torino così come in spazi non convenzionali: un'occasione per venire sorpresi dalla musica e dall'energia degli Eugenio in Via Di Gioia, ma anche una call to action aperta a tutti coloro che volevano unirsi ai blitz per animare la città.

Target secondario

turisti.

Artisti emergenti locali.

Eugenio in Via di Gioia,

pubblico fan e/o passante,

Quando

Una settimana a maggio.

Diverse location all'aperto diffuse su tutto il territorio: strade, piazze, parchi, campus universitari, stazioni...



Prezzo

Libero e gratuito.





Servizi annessi

Stand mobile di Iren presente in Via Lagrange, dedicato alla mobilità elettrica, ha ospitato un pomeriggio performance di band emergenti locali.



Organizzatori e partnership

Progetto di Iren e Eugenio in Via di Gioia, con la collaborazione della Città di Torino, di Torino Creativa e della Federazione Nazionale delle Arti in Strada.



Comunicazione

- Instagram e Facebook di: Eugenio in Via di Gioia, Torino Creativa, Iren, FNAS.
- Sito web di: Città di Torino, Iren, FNAS.



The **Busker**

2019, Torino (non più attivo)

Tipologia

Talent urbano e digitale.

Obiettivo

Concorso e showcase.

Target principale

Artisti emergenti locali, artisti di strada locali, pubblico cittadino e turisti giudici.

Pubblico cittadino e turisti

passanti (che non votano).



Tipologia musica

Varia acustica o con minima amplificazione.



Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.



Descrizione

Primo ed unico talent urbano e digitale che unisce artisti e pubblico sullo stesso palcoscenico, la strada. Si tratta di un progetto crossmediale che illumina e definisce la silhouette dei buskers che si esibiscono in città. raccontandone le storie, i brani suonati, utilizzando il web ed i social come amplificatori mediatici e strumenti per certificare il livello artistico della scena busking torinese.

爾

Quando

Da maggio a giugno.

Target secondario



Diverse location diffuse all'aperto ad eccezione della finalissima che è al chiuso: Piazza Madama Cristina, Giardino Sambuy, Piazza Foroni, Piazza San Carlo, Spazio211.

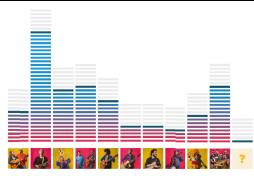




Prezzo

Libero e gratuito.











Servizi annessi



Organizzatori e partnership

Progetto di Doc About e I Cammelli. Supporto di Compagnia San Paolo nell'ambito del bando Ora X, Piemonte Doc Film Fund-Under 35 digital, Festa della Musica Torino, FNAS, Buskercase, Città di Torino...



Comunicazione

Sito web, Instagram, Facebook, cartelloni durante le esibizioni.

Instagram e Facebook di Festa della Musica Torino, FNAS, Buskercase, sito web della Città di Torino.





Festa della Musica

Target principale

Artisti emergenti e

professionisti locali.

Target secondario

2013, Torino



Festival musicale.

Obiettivo

Showcase e valorizzazione della città.



Tipologia musica

Varia contemporanea.



Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.



Descrizione

La Festa della Musica nasce con l'intento di creare un terreno comune di incontro tra il patrimonio musicale di Torino e i suoi cittadini attraverso un palcoscenico naturale aperto a tutti. In 10 anni hanno performato più di 14.500 musicisti per un totale di più di 1.000 concerti. Nel 2023, dopo tre anni di stop, la Festa della Musica è tornata con una nuova visione sulla città, prevalentemente in locali, centri culturali, club e pub.



Quando

Cinque giorni a giugno.

Pubblico di cittadini e turisti.



Diverse location all'aperto e al chiuso nel Centro o nelle vicinanze.



Prezzo

Gratuito ma con prenotazione obbligatoria, solo qualche evento a pagamento.





Servizi annessi

Cocktail bar e food corner a seconda della disponibilità della location.



Organizzatori e partnership

Associazione Festa della Musica, Comune di Torino, live club del territorio.



Comunicazione

Sito web (non funzionante), Instagram, Facebook, manifesti per la città. Sito web della Città di Torino, profili social dei live club.



Piano City

2012, Milano (+ Berlino, Napoli, Lecce, Palermo, Pordenone, New York, Novi Sad, Madrid, Atene).

Tipologia Festival musicale.

Obiettivo

Showcase, valorizzazione dell'intera città.

Target principale

Artisti emergenti locali, artisti professionisti nazionali e internazionali, cittadini con uno spazio a disposizione.

Tipologia musica

Classica e contemporanea.

Tipologia artisti Pianisti.

Descrizione

Festival del pianoforte di tre giorni che offre molte opportunità a studenti, insegnanti e aspiranti dilettanti di varie origini e background, ma anche a professionisti, per sperimentare il virtuosismo del pianoforte in modi nuovi e inaspettati, davanti ad un pubblico desideroso di sperimentare nuovi talenti in location non convenzionali. Sul sito è possibile candidarsi come pianista o proporre la propria casa o cortile per ospitare un concerto.

Target secondario

Pubblico cittadino e turisti.



Quando

Tre giorni all'anno nel mese di maggio.



Dove

Diverse location al chiuso e all'aperto, diffuse su tutto il territorio: case, cortili, piazze, parchi, musei, terrazze, scuole, tetti, tram, Piano tandem, Piano Risciò, battelli... Particolare attenzione alle periferie.



Prezzo

Libero e gratuito, solo alcuni eventi necessitano di prenotazione per ragioni di spazio.







Servizi annessi

Alla GAM, cuore pulsante del festival, c'è un bar dedicato aperto al pubblico durante tutti gli orari dei concerti.



Organizzatori e partnership

Progetto del Comune di Milano, Piano City Milano, Ponderosa Music&Art, Ogham Agency. Numerosi partner privati e aziende: Corriere della Sera, Intesa SanPaolo, Volvo, Ministero della Cultura, Hermes, Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, YesMilano, Fondazione Prada, Ippodromo Snai San Siro, Conad, Certosa, Amplifon, Logotel, St Germain, Milano Today...



Comunicazione

Sito web, email, Instagram, Facebook, Youtube, manifesti e volantini. Profili social dei partner.

Open Stage

2019, Milano (+ Roma, Alassio, Lecco, Torino,



Artisti emergenti e professionisti locali e nazionali, pubblico che interagisce con l'app.

Target secondario

Pubblico passante e turisti.

7 Tipologia

Servizio fisico, app per esibizioni musicali in strada.

Obiettivo

Pianificazione esibizioni urbane, showcase e valorizzazione della città.

Tipologia musica

Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Startup che inserisce l'intrattenimento urbano e la cultura tra i servizi offerti dalle Smart Cities. Realizza totem di diverse forme e dimensioni dotati di mixer, casse e sensoristica intelligente, che si sbloccano utilizzando l'app e diventano dei palchi tecnologici che possono essere installati ovunque. Realizzano eventi musicali con diversi partner e dal 1 gennaio 2024 gestiscono anche le postazioni dell'arte di strada del Comune di Milano.

Quando

Tutto l'anno.

Dove

Diverse location di strada o pubbliche al chiuso diffuse su tutto il territorio: strade, piazze, stazioni della metro, centri commerciali...

Prezzo

Libero e gratuito.



Openstage



•

Servizi annessi

A seconda della tipologia della location.





🙀 Organizzatori e partnership

Comune di Milano, Warner Music Italy, Milano Music Week, CSV Milano, Primo Maggio, Inoxplus, Weyotech, Sclak, Blimp, Wiseair, ATM, TIM, Galbani, Epson, Durex, Tuborg, Rinascente, Lingotto...

Comunicazione

Sito web informativo, Web App, App, Instagram, Facebook, Linkedin, TikTok, cartelloni e manifesti per la città.

Profili social e siti web dei partner.

Sofar Sounds

2009, Milano e Bergamo (+ altre città italiane minori e nel mondo)

Obiettivo

Tipologia

Showcase, esperienza d'ascolto diversa.

Servizio che organizza

esibizioni di musica dal vivo

in luoghi inusuali.

Tipologia musica J Varia contemporanea acustica o con minima amplificazione.

> Tipologia artisti Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione Startup di eventi musicali che organizza concerti intimi in luoghi inusuali in 400 città in tutto il mondo, senza rivelare fino all'ultimo chi suonerà e dove. Le persone sono sedute per terra in una stanza, spesso in case private ma anche in piccoli club, studi di registrazione o gallerie d'arte, e ascoltano tre artisti di diversi generi musicali, condividendo qualcosa da bere e conoscendo nuove persone.

Target principale Artisti emergenti nazionali, pubblico cittadino.

> Target secondario Artisti professionisti nazionali e internazionali, persone con uno spazio a

翸

Quando

Una o due volte al mese, ma varia di città in città.

Dove

Diverse location intime e particolari: case, cortili, musei, biblioteche, tetti, boutique, showroom, chiese, teatri, uffici, negozi...



Gratuito ma necessaria prenotazione, con donazione consigliata di circa 10€ per rimborsare artisti e attrezzature. All'estero invece in alcuni paesi si paga un biglietto d'ingresso (e in qualche caso si sa in anticipo chi suonerà).









Organizzatori e partnership

In Italia organizzati da volontari che in alcuni casi si appoggiano ad associazioni culturali o sponsor ed enti pubblici.



Comunicazione

Sito web, email, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, Spotify, Youtube.

Guestar **Night**

2021, Parma

Target principale

Target secondario

Artisti professionisti

Artisti emergenti locali e

spazio a disposizione.

nazionali, cittadini con uno

Tipologia

Festival musicale.

Obiettivo

Showcase, città come palcoscenico.

Tipologia musica

Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Evento innovativo in cui la musica raggiunge gli spazi più inaspettati della città con nove concerti in contemporanea in una sola notte, tenuti dai tanti artisti del territorio. Solo a fine luglio verrà comunicato il programma con le location e gli artisti selezionati. Durante la serata una super guestar italiana farà il suo ingresso a sorpresa in una delle location prescelte per l'evento e suonerà insieme al talento fortunato.

nazionali, pubblico cittadino.

爾

Quando

Una notte nel mese di settembre.

@guestar

RNIGHT.IT GUESTARNIGHT.IT GUES

Dove

Diverse location diffuse e inusuali, pubbliche e private: piazze, strade, case, biblioteche...















Prezzo

Gratuito ma necessaria prenotazione.

Servizi annessi

Utilizzo dell'app Pyxie che permette al pubblico di diventare creator della serata. Cibo e bevande disponibili a discrezione degli host.



Organizzatori e partnership

Comune di Parma, The Independent Investment Society, Guestar, The Ad Store, Vinylistic. Aziende private: Davines, Gruppo Parmacotto, La Galleria, MartiniSPA, Banca Valsabbina.





Comunicazione

Sito web, email, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube.

Street Dayz

2023, San Piero in Bagno

Tipologia

Festival musicale e artistico.

Obiettivo

Showcase.

Target principale Artisti emergenti locali.

Tipologia musica Varia contemporanea.

Target secondario

Pubblico cittadino e turisti.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti, comici.

Descrizione

Si alterneranno nelle varie serate estive musicisti emergenti, artisti locali, mercatini e momenti dedicati alla street art con il coinvolgimento di artisti del territorio. Street Dayz è un festival che si concentra principalmente su street art e musica, ma a cui si uniscono stand up comedy, mercatini di artigianato, un'area ristoro e un'area bimbi.

爾

Quando

Tre giorni nel mese di luglio.

Dove

Un palco in Piazza Martiri.

Prezzo

Libero e gratuito.



Servizi annessi

Mercatini di artigianato, live painting, area ristoro, area bimbi.



Organizzatori e partnership

Associazione locale Soundido.



Comunicazione

Quotidiani online della regione.

Glasgow Music Nonstop

2022, Glasgow

? Tipologia

Guida turistica musicale di strada.

<u>,</u>

) Obiettivo

Turismo e showcase.

Target principalePubblico cittadino e turisti.

Tipologia musica

Varia contemporanea

Target secondario

Artisti emergenti locali e regionali.

.

Tipologia artistiCantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Il Busking Tour fa parte della campagna turistica musicale Glasgow Music Nonstop per entusiasmare le persone delle altre città scozzesi sugli eventi di musica dal vivo e celebrare gli artisti che rendono la scena musicale di Glasgow così vibrante. Gli artisti si esibiscono gratuitamente alle fermate dei bus, tappe del tour turistico, e regalano ai passanti i biglietti dei loro prossimi concerti nei principali eventi musicali estivi.

∺ Quando

Diffuso durante l'estate.



Dove

Diffuso per le strade e le piazze di varie città scozzesi.

Prezzo

Libero e gratuito.





Servizi annessi

Autobus che percorre le tappe del tour musicale, biglietti in regalo per partecipare ad altri eventi musicali estivi di Glasgow come il Kink Tut's Summer Nights Festival, Piping Live! e Roxy Music all'OVO Hydro.

Organizzatori e partnership

Glasgow Life, VisitScotland.





Comunicazione

Sito web di Glasgow Life, profili social degli artisti, manifesti e striscioni per le strade.

People in **Plazas**

1973, San Francisco

Target principale

Artisti emergenti e

Target secondario

Pubblico di cittadini,

professionisti locali.

Tipologia

Servizio che organizza esibizioni di musica dal vivo in strada.

Obiettivo

Showcase e riqualificazione urbana.

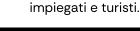
Tipologia musica Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Eventi di musica dal vivo all'aperto che offrono una salutare tregua dalla giornata lavorativa e un luogo dove godersi il pranzo, incontrare gli amici e godersi il centro di San Francisco. La loro sfida è quella di produrre eventi in aree che vengono percepite come poco accoglienti o sottoutilizzate, utilizzando la musica come veicolo per cambiare queste percezioni e invitare a sfruttare in modo positivo spazi altrimenti inutilizzati.



曲

Quando

Tre giorni feriali a settimana all'ora di pranzo (dalle 12 alle 13), da luglio a ottobre.



15 luoghi diversi all'aperto, pubblici e privati, vicino a Market Street o nelle vicinanze.



Prezzo

Libero e gratuito.



Servizi annessi

Locali e ristoranti nei dintorni.



Organizzatori e partnership

Organizzazione musicale senza scopo di lucro People in Plazas.



Comunicazione

Sito web, email, Facebook.

Rock The Square

2017, Adelaide

Tipologia

Servizio che organizza esibizioni di musica dal vivo in strada.

Showcase e degustazione.

Obiettivo

Target principale Artisti emergenti locali. Tipologia musica

Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Rock the Square è una serie di esibizioni gratuite all'ora di pranzo e al crepuscolo di musicisti contemporanei originali locali nella principale piazza all'aperto della città di Adelaide, fornendo una degustazione di generi musicali da gustare con un abbinamento dei camion di cibo più deliziosi della città. Nel 2017, Rock the Square ha tenuto 6 eventi, sostenendo e promuovendo 12 band emergenti locali dal vivo.

Target secondario

Pubblico di cittadini, impiegati e turisti.

Quando 餔

Diffuso nei mesi primaverili, estivi e autunnali all'ora di pranzo e al crepuscolo (dalle 12 alle 14 e dalle 17 alle 19).

Piazza centrale Victoria Square/Tarntanyangga.

Prezzo

Libero e gratuito.



Servizi annessi

Camioncini di street food locale.

Organizzatori e partnership

Music SA e la Città di Adelaide.





Comunicazione

Sito web e Facebook della Città di Adelaide e di Music SA.

Waterway **Nights**

Target principale

Artisti emergenti e

Target secondario

professionisti locali e

Pubblico cittadino e turisti.

?, Texas

Tipologia

Servizio che organizza esibizioni di musica dal vivo in strada.

Obiettivo

Showcase e intrattenimento.

Tipologia musica

Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Waterway Nights è una serie di concerti gratuiti che si svolge nella piazza pubblica Waterway Square, che presenta giochi d'acqua unici, spazi verdi e ristoranti nelle vicinanze. Ad esibirsi sono i talenti locali e regionali. È possibile portare coperte, sedie a sdraio, refrigeratori e persino animali domestici, in modo da sedersi e godersi un'esperienza diversa.

曲

Quando

regionali.

Tutti i sabato sera (dalle 18:30 alle 20:30) in primavera e in estate.



Waterway Square nel quartiere The Woodlands.



Libero e gratuito.





Servizi annessi

Locali e ristoranti nei dintorni.



Organizzatori e partnership

Woodlands Township Parks e Recreation Department.



Comunicazione

Sito web di Visit The Woodlands.

I Heart Market Street

Target principale

Artisti emergenti e

Target secondario

professionisti locali.

Pubblico cittadino e turisti.

?, Toronto

Tipologia

Servizio che organizza esibizioni di musica dal vivo al chiuso in luogo inusuale.

Obiettivo

Showcase.

Tipologia musica

Varia contemporanea.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

I Heart Market Street Music Series porta spettacoli di musica dal vivo con una selezione di musicisti di Toronto il martedì e il mercoledì ogni settimana. Market Street diventa un parco urbano aperto ai pedoni e oltre alla musica ospita venditori di mercato pop-up con articoli di cibo di strada, posti a sedere e altro ancora.



Quando

Due giorni a settimana (dalle 11:30 alle 13:30 e dalle 17 alle 19) da giugno a settembre.

Dove

Market Street.

Prezzo

Libero e gratuito.



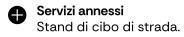
music. food. more.

















Organizzatori e partnership

St. Lawrence Market Neighbourhood BIA.



Comunicazione

Sito web di Old Town Toronto..

Adelaide Sounds

2013, Adelaide

Tipologia

Servizio che organizza esibizioni di musica dal vivo al chiuso in luogo pubblico.

Obiettivo Showcase.

Target principale

Artisti emergenti locali.

Pubblico di passeggeri.

Target secondario

Tipologia musica

Varia contemporanea acustica.

Tipologia artisti

Cantanti cover, cantautori, band e musicisti.

Descrizione

Partnership unica tra Adelaide Airport e Music SA, che offre un'esperienza musicale in transito per passeggeri, amici e famiglie mettendo in evidenza il lavoro originale dei cantautori dell'Australia meridionale. Dal 2013 più di 60 artisti hanno presentato spettacoli di musica dal vivo con un numero totale di viaggiatori-spettatori che ha raggiunto un milione di persone.



Quando

Un giorno a settimana, il venerdì dalle 14:30 alle 16:30.



Dove

Di fronte al gate 14 all'Aeroporto di Adelaide.



Prezzo

Libero e gratuito.



Servizi annessi

Negozi, ristoranti dell'aeroporto.

Organizzatori e partnership

Music SA e Aeroporto di Adelaide.



Comunicazione

Sito web e Facebook dell'Aeroporto di Adelaide e di Music SA.

Quando

- Meno di una settimana
- Tra una settimana e un mese
- Tra 2 e 5 mesi
- Più di 6 mesi

Dove

- Diverse location al chiuso
- Diverse location all'aperto
- Unica location al chiuso
- Unica location all'aperto

Ingresso

- Libero e gratuito
- Gratuito con prenotazione
- A pagamento

Grafico 42

Riepilogo e analisi dei casi studio secondo diverse variabili

Nome evento	Quando	Dove	Ingresso
Musica Ovunque	Una settimana a maggio	 Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto 	Libero e gratuito
The Busker	Da maggio a giugno	 Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto 	Libero e gratuito
Festa della Musica	Da maggio a giugno	Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto e al chiuso	Gratuito con prenotazione, qualche evento a pagamento
Open Stage	Tutto l'anno	Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto e al chiuso	Libero e gratuito
Piano City	Tre giorni a maggio	Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto e al chiuso	Libero e gratuito,qualche evento con prenotazione
Sofar Sounds	Tutto l'anno	Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto e al chiuso	Gratuito con prenotazione
Guestar Night	Una notte di settembre	Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto e al chiuso	Gratuito con prenotazione
Street Days	Tre giorni a luglio	Unica location, all'aperto	Gratuito con prenotazione
Glasgow Music	Durante l'estate	 Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto 	Libero e gratuito
People in Plazas	Da luglio a ottobre	 Diverse location diffuse su territorio locale, all'aperto 	Libero e gratuito
Rock the Square	Da marzo a novembre	Unica location, all'aperto	Libero e gratuito
Waterway Nights	Da marzo a settembre	Unica location, all'aperto	Libero e gratuito
I Heart Market Street	Da giugno a settembre	Unica location, all'aperto	Libero e gratuito
Adelaide Sounds	Tutto l'anno	Unica location, al chiuso	Libero e gratuito

Analisi casi studio

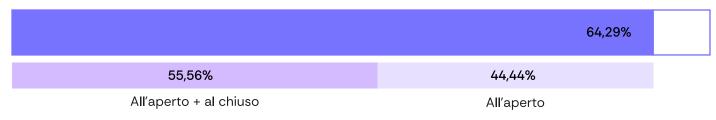
Per quanto riguarda la temporalità, nel *Grafico 43* si vede come la maggior parte degli eventi per la musica emergente e/o di strada ha una durata di **oltre sei mesi** (35,71%), categoria in cui rientrano soprattutto **servizi** che gestiscono l'intrattenimento, che quindi prevedono una durata maggiore. Il secondo cluster in ordine decrescente (28,57%) è quello che invece ha la durata minore, ovvero **meno di una settimana**, in quanto si tratta generalmente di **grandi eventi** più concentrati ma che si ripetono annualmente.

Analizzando invece le location, si può vedere nel *Grafico 44* che più della metà dei casi studio ne ha **diverse diffuse**, per ben il 64,29%; inoltre, è interessante notare che **gli spazi all'aperto sono in netta maggioranza**, sia per i casi studio che hanno diverse location, sia per quelli che ne hanno una sola, questo perchè ovviamente la musica di strada viene svolta all'aperto, ma a dimostrazione anche che la musica emergente in generale ha più possibilità proprio all'esterno.

Più di 6 mesi	Meno di una settimana	Tra 2 e 5 mesi
		21,43%
35,71%	28,57%	
		Tra una settimana e un mese
		14,29%

Grafico 43 Analisi dei casi studio riguardo la variabile "Quando"

Diverse location



Unica location



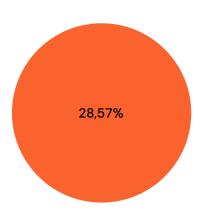
Grafico 44 Analisi dei casi studio riguardo la variabile "Dove"

Infine, per quanto riguarda il prezzo, tutti i casi studio sono perlopiù **gratuiti**. Nello specifico, il 71,43% prevede un ingresso gratuito e libero, mentre per il 28,57% l'ingresso è sempre gratuito ma è necessaria la prenotazione; inoltre, all'interno di tutti questi casi studio ci sono poi delle eccezioni con qualche evento che richiede anche il pagamento, ma si tratta di una netta minoranza.

Gratuito e libero 71,43%

Grafico 45 Analisi dei casi studio riguardo la variabile "Ingresso"

Gratuito con prenotazione



5.4

User Personas

Le User Personas sono uno strumento ideato dall'informatico americano Alan Cooper nel 1999, con l'obiettivo di creare dei profili di persone che rappresentano un determinato gruppo; non sono stereotipi, ma archetipi basati su ricerche reali (in questo caso tratte dalle fasi di Desk e User research) e sono utili per comprendere meglio i bisogni di gruppi di utenti simili.

Grazie all'analisi condotta negli scorsi capitoli, in particolare nel Capitolo 4 dedicato a Torino, sono emersi i principali **bisogni espressi dai potenziali utenti** del progetto.

Si possono quindi identificare quattro User Personas: due musicisti emergenti, uno più interessato ad esibirsi in strada e uno nei locali, un ristoratore volenteroso di organizzare eventi musicali nel suo locale, e infine un appassionato di musica che vorrebbe trovare nuove attività da svolgere nel tempo libero.



Paola

18 anni

Torino

Musicista e cantante di strada

Canta da quando era piccola e ha deciso di seguire l'esempio della sua band preferita, i Maneskin, esibendosi quindi per le strade. Ha suonato qualche volta nelle principali vie del Centro di Torino, ma spesso sono già occupate da altri artisti di strada.

Frustrazioni

Avere difficoltà a capire in quali strade, oltre a Via Roma e Piazza Castello, si possa suonare.

Obiettivi

Riuscire ad ottenere una maggiore visibilità e a guadagnare qualcosa per comprarsi una nuova chitarra.

Curiosità musicale

Canzone preferita





Luca

21 anni

Torino

Chitarrista in una band emergente

Da un paio d'anni ha fondato una band pop-rock con altri tre suoi amici. Nell'ultimo anno, hanno deciso di uscire dal loro garage adibito a sala prove per farsi conoscere al pubblico torinese: al momento si sono esibiti solamente in un paio di pub e birrerie.

Frustrazioni

Avere difficoltà ad ottenere contatti che possono portare a maggiori opportunità.

Obiettivi

Crescere come artista e avere un impatto significativo sulla scena musicale torinese esibendosi nei principali live club della città.

Curiosità musicale

Canzone preferita





Giovanna

35 anni

----- Ristoratrice

Torino

La cucina è la sua passione e ne ha fatto la sua professione diventando titolare di un locale che offre una cucina moderna e tradizionale. Le piacerebbe però offrire ai suoi clienti un'esperienza diversa e particolare, unendo il cibo all'arte e alla musica.

Frustrazioni

Ha già molte cose a cui pensare e ha difficoltà nel trovare gli artisti giusti per il suo locale.

Obiettivi

Distinguersi dalla concorrenza offrendo qualcosa di originale.

Curiosità musicale

Canzone preferita



Sere nere Tiziano Ferro





Martina

28 anni

Torino

Appassionata di musica

Non si separa mai dalle sue cuffie e ama andare ai concerti dei suoi cantanti preferiti. Ha vissuto un paio d'anni a Londra per lavoro, dove ha respirato un'atmosfera musicale dinamica e attiva, ma adesso è tornata nella sua Torino.

Frustrazioni

Che Torino sia una città meno dinamica e più chiusa rispetto all'estero.

Obiettivi

Trovare nuovi passatempi ed esperienze da svolgere nel tempo libero, ancora meglio se hanno a che fare con la musica.

Curiosità musicale

Canzone preferita



Summertime sadness Lana Del Rey





Torino Music Net

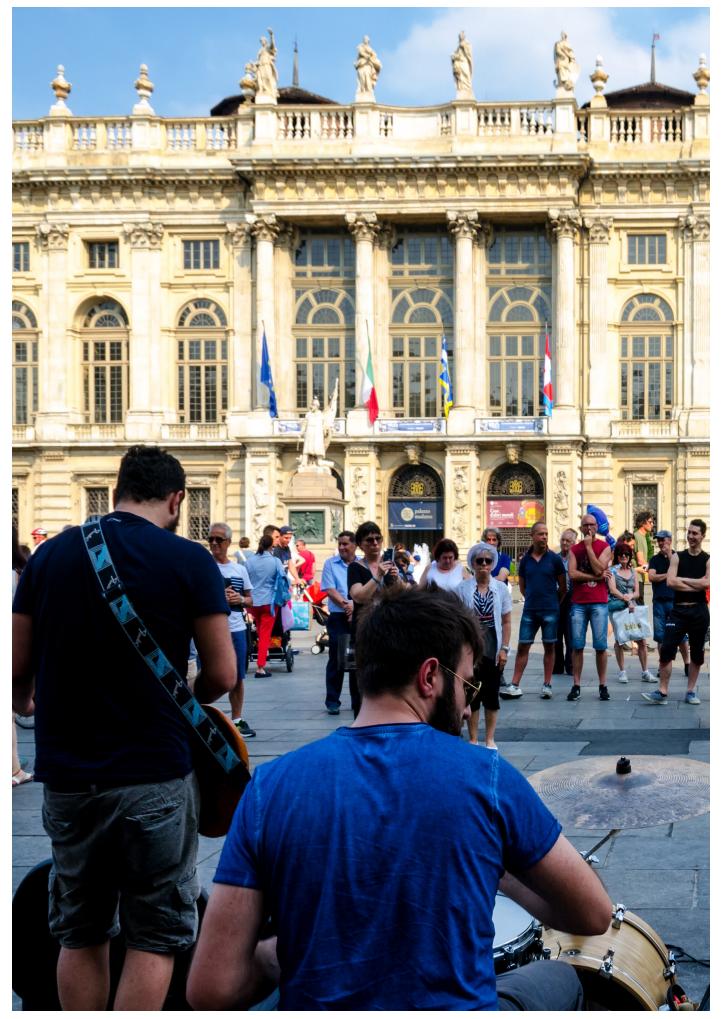
6.1

Torino Music Net: il servizio

Torino Music Net è un servizio che vuole mettere in relazione i musicisti di strada ed emergenti torinesi con il tessuto urbano della città, segnalando e proponendo tutti quei luoghi dove hanno la possibilità di esibirsi e di mettersi in gioco: dalle strade alle piazze, dai parchi ai mercati, fino ad arrivare a bar, ristoranti, negozi, live club e ovunque possa arrivare la musica live.

Infatti, la piattaforma web **gestisce le postazioni per la musica di strada** e inoltre **promuove l'incontro tra i musicisti e i direttori artistici, gli organizzatori di eventi, i ristoratori** ecc. creando una vetrina della scena musicale emergente torinese e facilitando così i processi di ricerca dei talenti per gli eventi musicali sul territorio.

In parallelo, la pagina Instagram ha l'obiettivo invece di **raggiungere il pubblico torinese ed eventuali turisti**, comunicando gli eventi musicali del territorio e realizzando delle rubriche di presentazione degli artisti.



6.1.1

Brand

Logotipo

Versione negativa

torino music net



Keywords

Torino
Musica
Territorio
Connessioni
Incontro

Bilanciamenti



Font

Palette

Claris Sans Thin

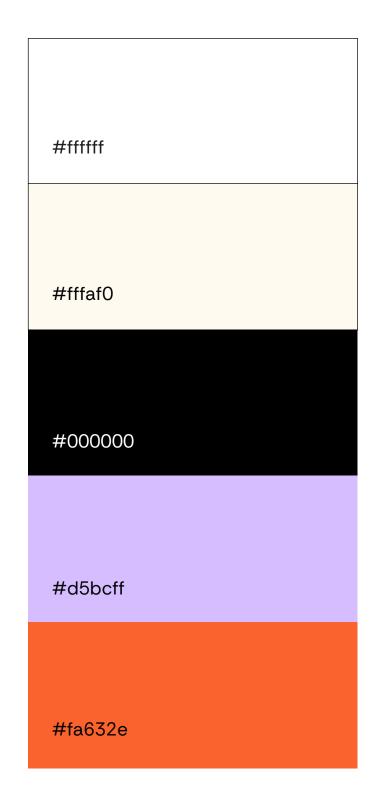
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ...;!?@&\$£"

Rethink Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 .;;!?@&\$£€"

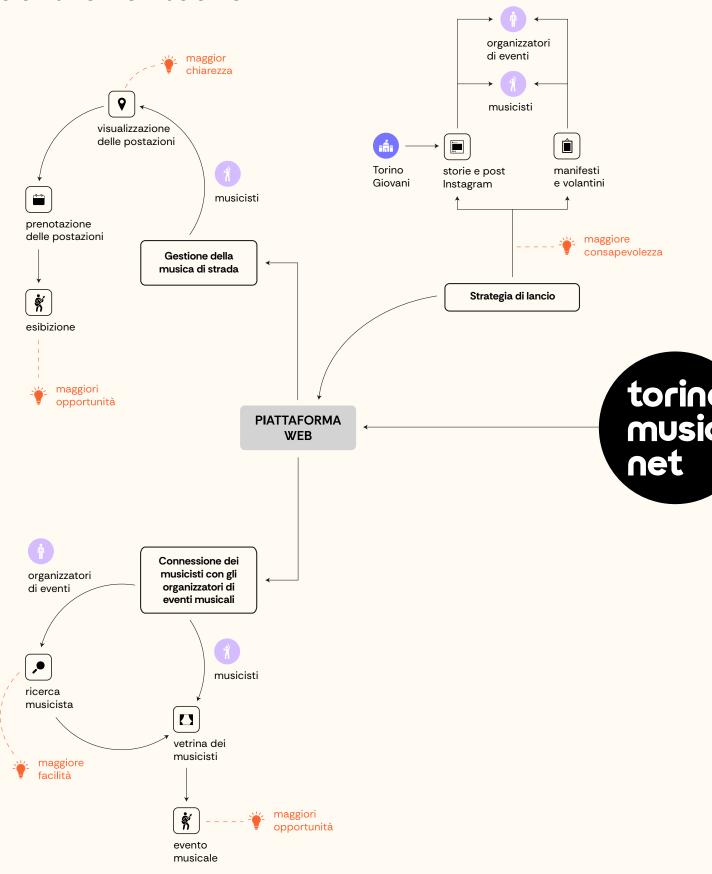
Rethink Sans Regular

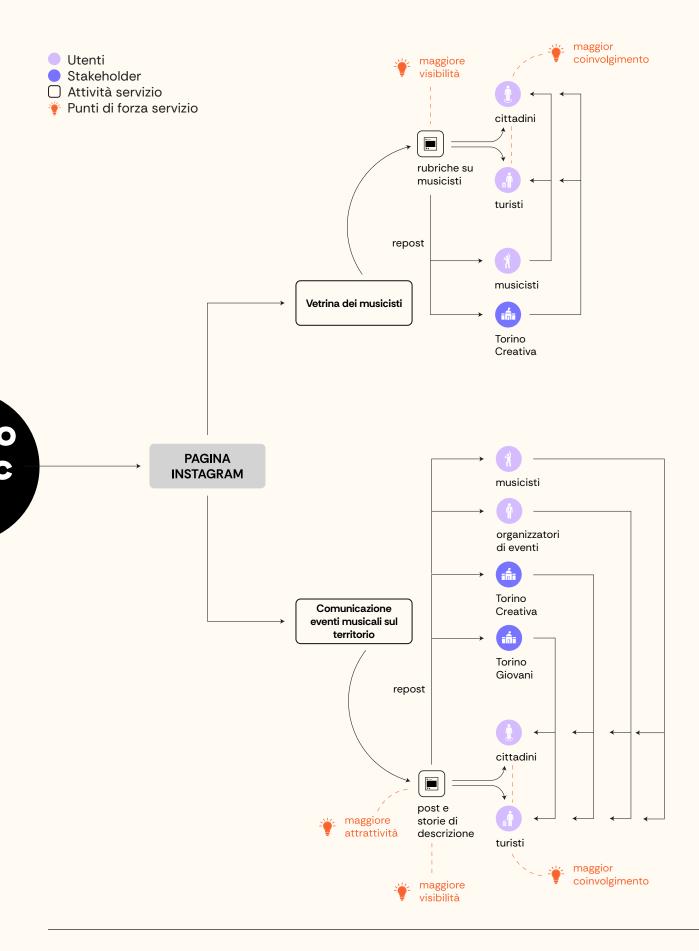
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 ,;;!?@&\$£€"



6.1.2

Il sistema Torino Music Net





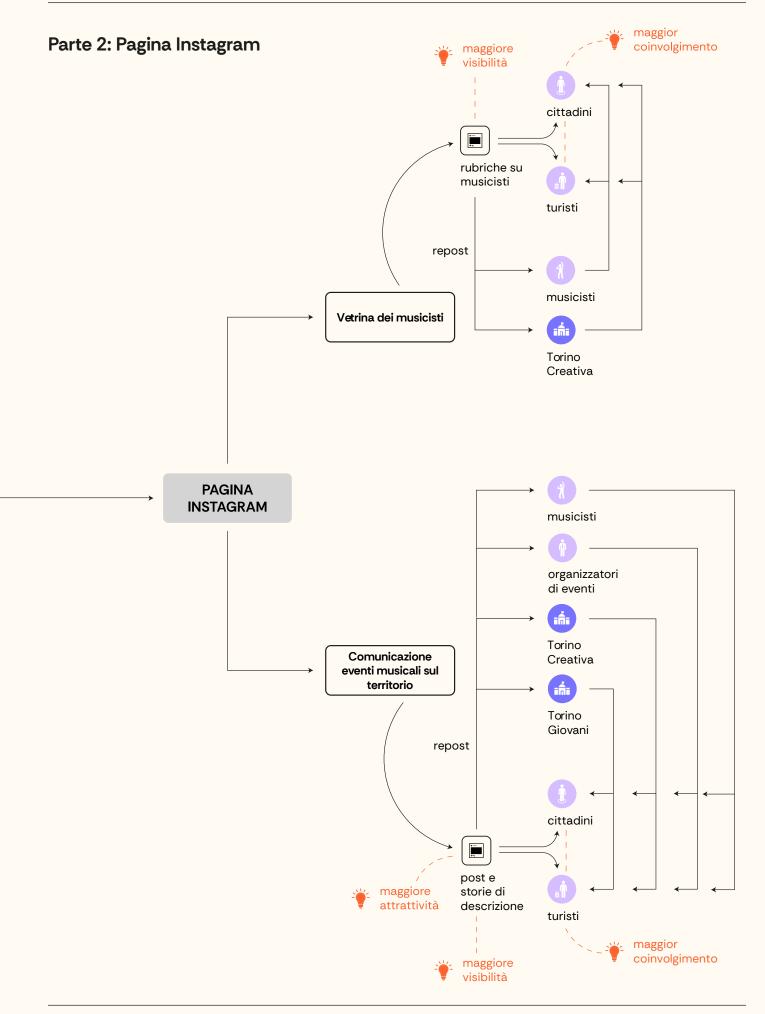
Parte 1: Piattaforma web organizzatori di eventi maggior chiarezza musicisti visualizzazione delle postazioni Torino manifesti storie e post Giovani e volantini Instagram musicisti prenotazione delle postazioni maggiore consapevolezza Gestione della musica di strada Strategia di lancio esibizione maggiori opportunità **PIATTAFORMA WEB** Connessione dei organizzatori musicisti con gli organizzatori di di eventi eventi musicali musicisti ricerca musicista vetrina dei musicisti maggiore facilità maggiori opportunità evento musicale

Per far conoscere la piattaforma web ai principali utenti, ovvero i musicisti di strada ed emergenti torinesi, è stata ideata una **strategia di lancio** online e offline gestita dal Comune di Torino attraverso le pagine Instagram Torino Giovani e Torino Creativa, ma di ciò si parlerà più approfonditamente nei paragrafi successivi.

Uno dei due obiettivi del sito, come anticipato, è quello di **gestire la musica di strada** di Torino, andando a **fare chiarezza** su quelli che sono i luoghi adatti e consentiti per cantare e suonare per le vie della città, senza avere problemi di sgomberamento. La sistematizzazione della musica sul suolo urbano permette quindi agli artisti di potersi esibire con meno difficoltà, garantendo così **maggiori opportunità** di farsi conoscere dal pubblico e anche di guadagnare.

L'altro obiettivo è invece quello di **connettere gli** artisti con tutti coloro che devono o vorrebbero organizzare eventi musicali: si tratta da un lato di professionalità più specifiche del settore, come i direttori artistici o gli organizzatori di eventi, che sanno già abbastanza come muoversi nella ricerca degli artisti, ma che grazie a Torino Music Net avranno la possibilità di svolgere le loro selezioni in modo più semplice e veloce; mentre dall'altro lato ci possono essere ristoratori o negozianti che, non facendo parte del settore musicale, generalmente hanno più difficoltà nel gestire questo tipo di eventi sia per quanto riguarda le burocrazie sia la ricerca stessa dei musicisti torinesi, dunque la piattaforma web diventa uno strumento molto utile, intuitivo e diretto.

Per gli artisti della città è invece un mezzo per **ottenere opportunità concrete**, facendosi conoscere e trovando contatti utili per la loro carriera musicale.



La pagina Instagram di Torino Music Net ha invece un altro target, si rivolge infatti ai cittadini e ai turisti. I contenuti social saranno post e storie principalmente di due tipologie: da un lato verranno realizzate rubriche di presentazione degli artisti, in modo da incuriosire e far conoscere al pubblico la nuova scena musicale torinese; la seconda tipologia di contenuti consiste invece nella comunicazione delle esibizioni e degli eventi musicali sul territorio, organizzati attraverso la piattaforma web di cui si è detto prima.

Tutti questi contenuti potranno quindi essere consultati dai cittadini e dai turisti in modo diretto tramite la pagina Instagram di Torino Music Net, ma anche in modo indiretto grazie ai **repost** degli altri utenti e degli stakeholder del servizio, ovvero dalle storie e dai post degli artisti, degli organizzatori di eventi e delle pagine del Comune, come Torino Giovani e Torino Creativa.

Gli obiettivi di questo secondo strumento sono dunque quelli di **coinvolgere maggiormente** il pubblico e farlo avvicinare alla musica emergente, di garantire agli artisti e ai locali una **maggiore visibilità**, ma anche di far percepire Torino come una **città più attrattiva e dinamica**.

6.2

User Journey

Le User Journey sono state costruite, in questa fase della progettazione, per definire nel dettaglio l'esperienza delle quattro User Personas trattate nel Capitolo 5.4, ovvero i possibili utenti del servizio.

All'interno della journey sono stati inseriti i **touchpoints**, fisici o digitali, con i quali l'utente entra in contatto durante le varie fasi dell'esperienza; sono state inserite anche le **emozioni** che si provano durante il percorso e le eventuali **problematiche** che si possono riscontrare nelle varie fasi, al fine di valutare e di risolvere le criticità che emergono durante l'esperienza con il servizio.

USER



Paola

18 anni

Musicista e cantante di strada

FASE	RICERCA	AWARENESS	REGISTRAZIONE			UTILIZZO
OBIETTIVO	Capire in quali strade, oltre a Via Roma e Piazza Castello, si possa suonare		Vedere come funziona questo servizio			Scoprire quali sono le postazioni per esibirsi in strada
AZIONI	Si mette a cercare online notizie sulla musica di strada a Torino, ma trova solo la piattaforma Arthecity	Uscendo dalle lezioni un pomeriggio vede un manifesto per strada	Seleziona "Artista" e crea il proprio account inserendo i dati personali	Riceve conferma per la creazione dell'account	Arricchisce il suo profilo con foto, video, link a Spotify e ai social	Nella sezione "Luoghi musicali" visualizza le postazioni disponibili per esibirsi
TOUCHPOINTS	Sito web del Comune di Torino	Manifesti e poster	Piattaforma Torino Music Net	Email	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net
EMOZIONI		•••	©			©
PROBLEMI	La musica di strada a Torino è libera tranne che nei due assi centrali, ma ciò crea confusione		Dover creare un account può risultare un po' noioso	Passare da una pagina all'altra può essere fastidioso		Può crearsi confusione date le numerose postazioni sul territorio
OPPORTUNITÀ	Realizzare una piattaforma web che aiuti a sistematizzare la musica di strada sul territorio di Torino		Realizzare una UX chiara ed efficace	Condensare in pochi passaggi		Realizzare una UX chiara ed efficace, con possibilità di filtrare per quartiere

					POST UTILIZZO
Provare a cantare nella zona del mercato della Crocetta	Suonare nella via principale del mercato	Prenotare una postazione			Farsi apprezzare dal pubblico e guadagnare qualcosina
Sceglie la categoria di postazione che preferisce	All'interno della categoria, sceglie la singola postazione in cui vorrebbe esibirsi	Seleziona l'orario in cui vorrebbe esibirsi	Prenota la sua esibizione	Riceve conferma	Si esibisce nel luogo scelto all'orario selezionato
Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Email	
\odot			**)	*	
		(E)			
Può crearsi confusione date le numerose postazioni sul territorio	Il processo può risultare un po' macchinoso	Il processo può risultare un po' macchinoso			
Realizzare una UX chiara ed efficace, con suddivisione in tipologie di postazione	Realizzare una UX chiara ed efficace	Realizzare una UX chiara ed efficace e seguire gli orari e i regolamenti del Comune di Torino			

USER



Luca

21 anni

Chitarrista in una band emergente

FASE	AWARENESS	REGISTRAZIONE			UTILIZZO	
OBIETTIVO	Trovare occasioni per potersi esibire e farsi conoscere	Vedere come funziona questo servizio			Vedere quali sono i possibili eventi in programma	Partecipare ad un evento
AZIONI	Riceve una notifica su Instagram di un nuovo post di Torino Creativa	Seleziona "Artista" e crea il proprio account inserendo i dati personali	Riceve conferma per la creazione dell'account	Arricchisce il suo profilo con foto, video, link a Spotify e ai social	Nella sezione "Call aperte" visualizza tutte le proposte di esibizioni da parte degli Host	Gli interessa un evento in un live club ed invia la sua candidatura
TOUCHPOINTS	Pagina Instagram di Torino Creativa	Piattaforma Torino Music Net	Email	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net
EMOZIONI	•••				(3)	**)
PROBLEMI		Dover creare un account può risultare un po' noioso	Passare da una pagina all'altra può essere fastidioso		Può crearsi confusione tra i diversi eventi	
OPPORTUNITÀ		Realizzare una UX chiara ed efficace	Condensare in pochi passaggi		Realizzare una UX chiara ed efficace, con possibilità di filtrare per genere musicale	L'algoritmo invia la candidatura all'Host, mostrandogli il profilo

			POST UTILIZZO
			Farsi conoscere dal pubblico ed ottenere contatti utili per il futuro
Attende aggiornamenti per sapere se è stato selezionato	Gli viene confermato di essere stato scelto e che a breve verrà contattato dall'Host	Riceve i contatti dell'Host per definire i dettagli	Si esibisce nel live club il giorno stabilito
Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Email	
			*
		©	
L'attesa può essere snervante	Potrebbe essere stato contattato ma non accorgersene		
	Utilizzare un sistema di notifiche		

Giovanna USER 35 anni Ristoratrice FASE **RICERCA REGISTRAZIONE UTILIZZO OBIETTIVO** Capire come Vedere come Farsi un'idea Pubblicare la funziona questo proposta per il organizzare eventi su chi musicali nel suo servizio potrebbe suo evento locale esibirsi nel suo ristorante Sfoglia tra le Nella sezione Va nella sezione Seleziona "Host" e Riceve conferma notizie relative alla crea il proprio per la creazione "Community" "Call to artist" AZIONI città account inserendo dell'account esplora gli artisti torinesi i dati personali TOUCHPOINTS Piattaforma Torino Sito web del Piattaforma Torino Email Piattaforma Torino Comune di Torino Music Net Music Net Music Net Non è semplice Dover creare un Passare da una Può crearsi **PROBLEMI** gestire le account può pagina all'altra confusione tra burocrazie e può essere risultare un po' tutti gli artisti trovare gli artisti noioso fastidioso OPPORTUNITÀ Incentivare Realizzare una UX Condensare in Realizzare una UX l'incontro tra chiara ed efficace pochi passaggi chiara ed efficace, ristoratori e artisti con possibilità di filtrare per genere

musicale

Completa il

informazioni

Piattaforma

Torino Music Net

per il suo

evento e pubblica la call

modulo con le

					POST UTILIZZO
					POST OTILIZZO
	Selezionare un artista			Chiudere la call	Mettersi d'accordo con
	artiota				l'artista
Riceve conferma	Attende	Nel suo profilo	Non è soddisfatta	L'artista	Contatta Vartists
della	aggiornamenti	consulta le	e contatta	contattato ha	Contatta l'artista selezionato per
pubblicazione del suo annuncio		candidature ricevute	direttamente un artista che l'ha	accettato, dunque non le servono più	definire i dettagli
			colpita nella sezione	candidature	
			"Community"		
Email	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Piattaforma Torino Music Net	Email
**					\odot
		\odot			
	•••				
			(***)		
	L'attesa può	Potrebbe ricevere	Difficoltà nel	Continuare a	
	essere snervante	richieste ma non	raggiungere un artista che non si	ricevere richieste che non servono	
		accorgersene, o riceverle in modo	è iscritto alla call	più in quel	
		confusionarlo	in questione	momento	
		Utilizzare un	Tasto "Invita" nel	Tasto "Concludi la	
		sistema di notifiche e	profilo di ciascun artista	call" al fondo della sezione	
		ordinare tutte le richieste nella		"Candidature ricevute"	
		sezione "Candidature			
		ricevute"			

USER	Mar 28 an Appa music	ni ssionata di			
FASE	AWARENESS	UTILIZZO			
OBIETTIVO	Trovare delle nuove attività da fare nel tempo libero	Vedere di cosa tratta la pagina in questione		Iscriversi all'evento	
AZIONI	Una sua amica le Incuriosita di manda in Direct saperne di più clicca sulla pagina locale del prossimo weekend	Scorre nel feed e rimane piacevolmente sorpresa dai contenuti che vede	Decide di seguire la pagina	Trova il post con l'evento inviatole e legge in descrizione che l'evento è gratuito ma è necessario prenotarsi	Clicca sul link in bio
TOUCHPOINTS	Proprio profilo Proprio profilo Instagram Instagram	Instagram Torino Music Net	Instagram Torino Music Net	Instagram Torino Music Net	Instagram Torino Music Net
EMOZIONI	⊕	**	\odot		•••
PROBLEMI			Instagram è invaso da diverse pagine, non è facile distinguersi	Il processo di iscrizione potrebbe risultare noioso e macchinoso	
OPPORTUNITÀ		Rubriche di presentazione artisti, comunicazione eventi musicali del territorio	Curare la grafica e rendere i contenuti accattivanti	Facilitare il processo di iscrizione attraverso una UX semplice	

	POST UTILIZZO
Si iscrive all'evento	Si reca all'evento il giorno stabilito
Sito web del locale	
<u> </u>	**

6.3

Strategia di lancio

La strategia di lancio del progetto Torino Music Net verrà realizzata in **tre fasi**.

La prima fase ha come obiettivo quello di far conoscere il servizio ai musicisti di strada ed emergenti torinesi e agli organizzatori di eventi musicali sul territorio; ciò avrebbe inizio circa a metà febbraio 2025, un mese prima dell'avvio ufficiale della piattaforma web di Torino Music Net, utilizzando touchpoint online e offline.

Come anticipato il sito web verrebbe quindi inaugurato con l'inizio della primavera, a metà marzo 2025, segnando la seconda fase della strategia.

Infine per quanto riguarda la **pagina Instagram**, siccome si rivolge al pubblico di cittadini e di turisti presentando gli artisti e comunicando gli eventi, verrebbe inaugurata soltanto il mese successivo, a metà aprile, in modo tale da lasciare il tempo necessario per la creazione di una community un po' più solida sulla piattaforma web.

		Febb	oraio		
	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week
		hype progetto		rivelazione progetto	
Promozione online					
Storie Instagram Torino Giovani					
Post Instagram Torino Giovani					
Promozione offline					
Manifesti e banner					
Volantini					
Piattaforma web					
Pagina Instagram					

Marzo					Ар	rile	
5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12
		avvio progetto					

Promozione online

Per quanto riguarda la promozione online, si prevede di utilizzare i **canali Instagram** della Città di Torino dedicati alla creatività e alle iniziative locali, come le pagine **Torino Giovani** e **Torino Creativa**. Qui inizialmente verranno mostrate storie per far capire che si sta muovendo qualcosa e far quindi incuriosire gli utenti, fino ad arrivare alla rivelazione vera e propria del progetto tramite storie e post.

Creazione di curiosità









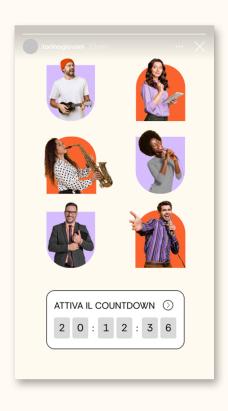




Rivelazione del progetto





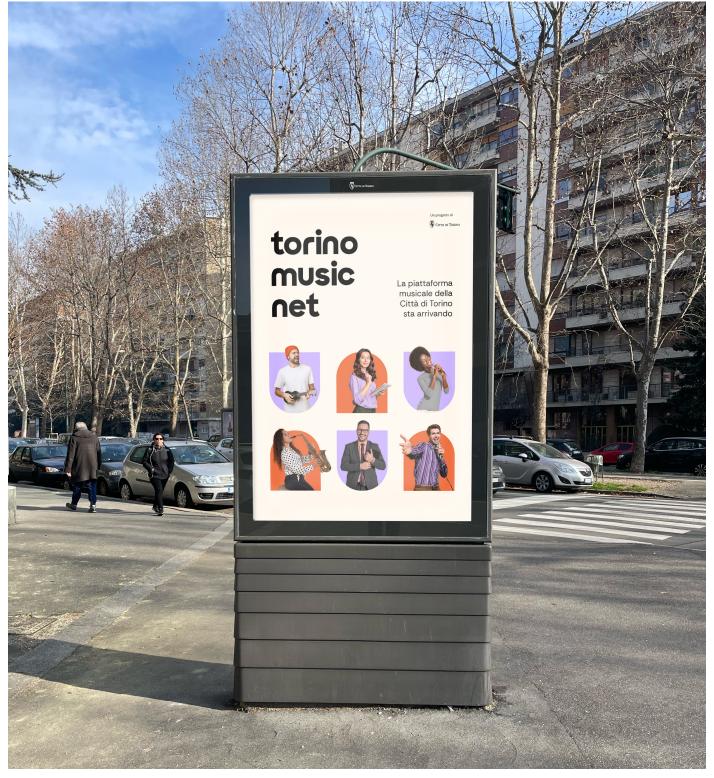




Promozione offline

Contemporaneamente alla rivelazione del progetto tramite storie e post Instagram, viene avviata anche la promozione offline attraverso **supporti analogici dislocati per le strade della città**. I supporti principali su cui si è concentrata la progettazione sono manifesti verticali 70x100cm, banner orizzontali 4x3m e 6x3m, locandine A3 e flyers A5.



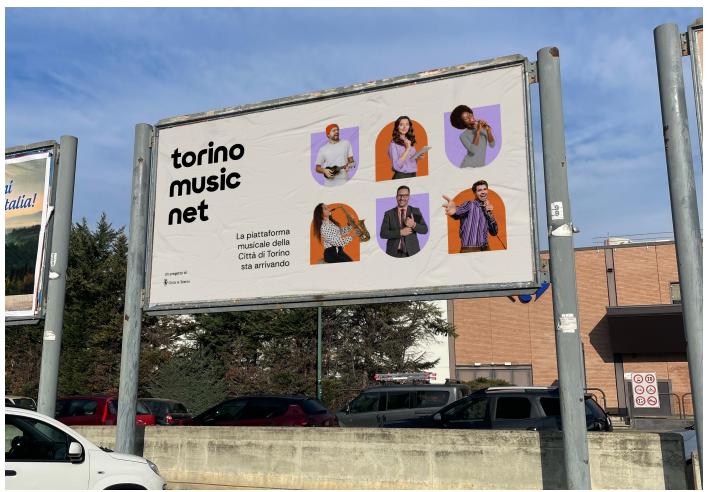












6.4

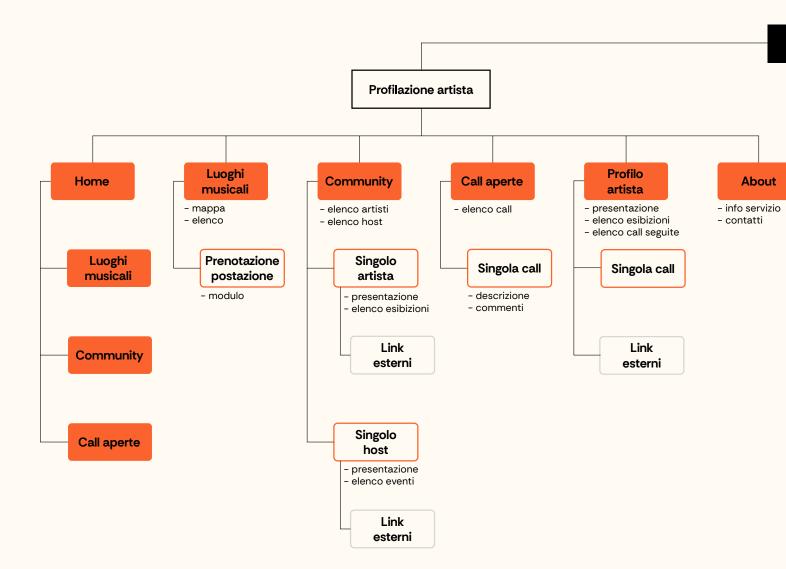
Piattaforma web

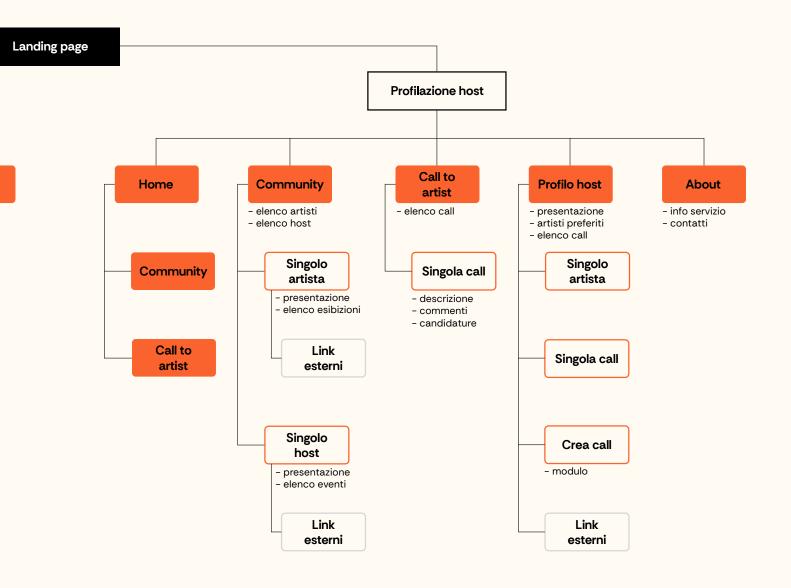
Come spiegato nei paragrafi precedenti, il sito web ha due obiettivi principali: gestire le postazioni della musica di strada e mettere in relazione i musicisti con gli organizzatori di eventi musicali sul territorio.

Il target dunque è ben preciso ed è costituito, da un lato, dai cantanti e dai musicisti torinesi che hanno bisogno di opportunità e di farsi conoscere, mentre dall'altro da tutte le figure professionali interessate a scoprire talenti musicali per i propri eventi. I bisogni che spingono queste due tipologie di utenti sono quindi diversi, anche se complementari, e per questo motivo si è deciso di realizzare due percorsi differenti, ma paralleli, di navigazione sul sito web.

6.4.1

Sitemap

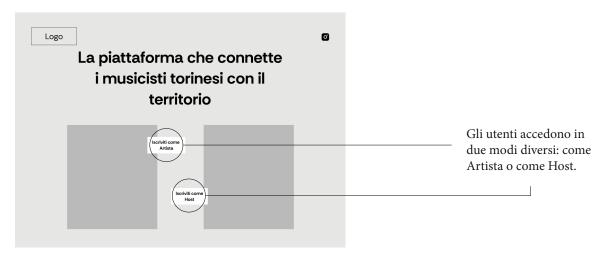




6.4.2

User Experience

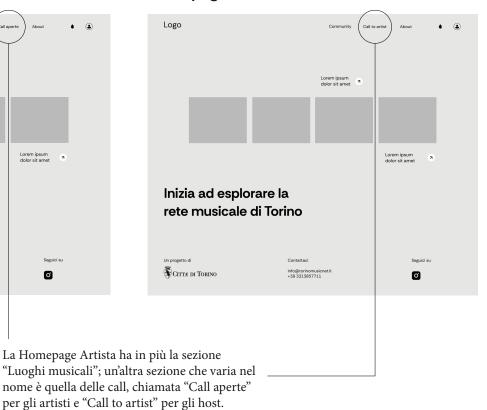
Landing page



Homepage Artista

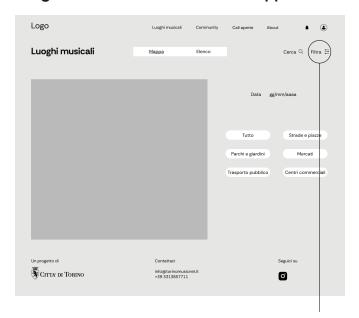
Lorem ipsum dolor sit armet Lorem ipsum dolor sit armet Inizia ad esplorare la rete musicale di Torino Un propetto di Contattaci indogenione un indicato di Torino Contattaci indogenione un indicato di Torino Contattaci indogenione un indicato di Torino Seguici au indogenione un indicato di Torino Contattaci indogenione un indicato di Torino Seguici au indogenione un indicato di Torino Contattaci indicato di To

Homepage Host

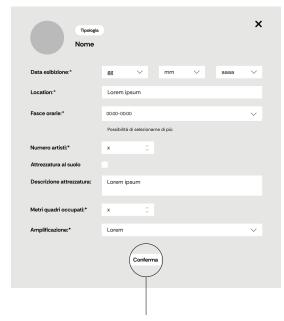


PERCORSO ARTISTA

Luoghi musicali: visualizzazione mappa

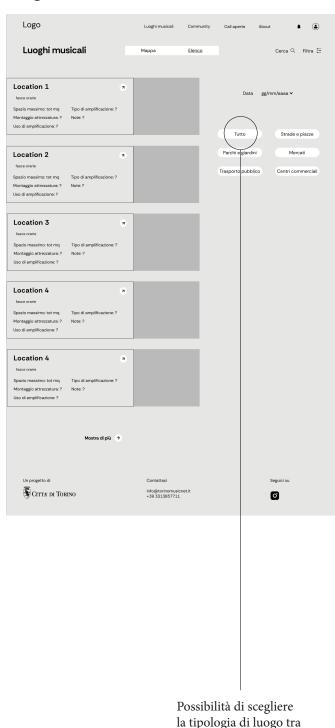


Possibilità di filtrare i luoghi per quartiere.



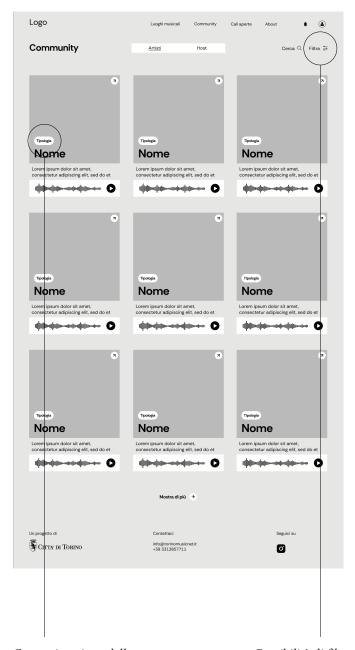
In overlay si apre la sezione per prenotare il luogo selezionato.

Luoghi musicali: visualizzazione elenco



la tipologia di luogo tra diverse categorie.

Community: visualizzazione Artisti



Community: visualizzazione Host



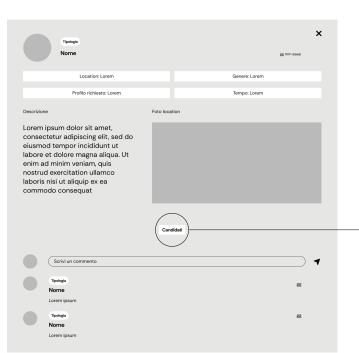
Categorizzazione della tipologia di profilo.

Possibilità di filtrare per tipologia di Artista.

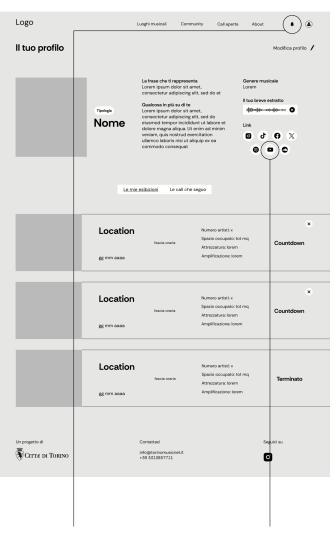
Possibilità di filtrare per tipologia di Host.

Call aperte





Profilo Artista



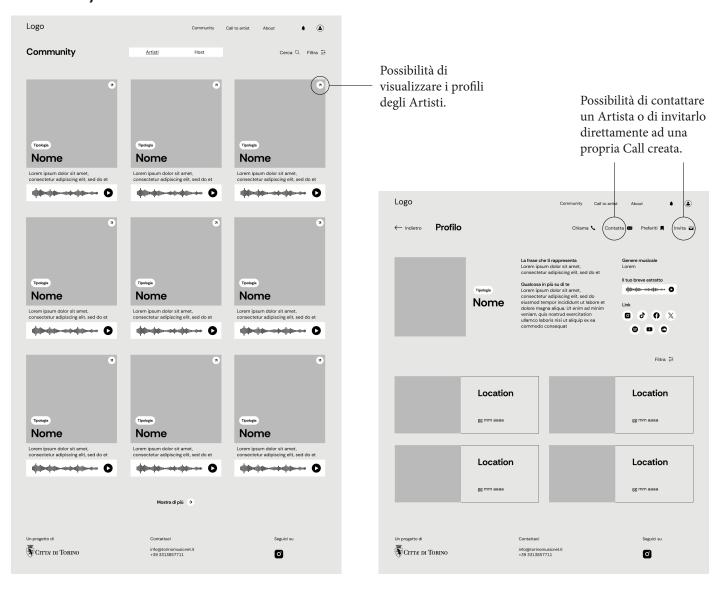
Sistema di notifiche.

Collegamenti esterni ai social e alle piattaforme di streaming musicale.

Possibilità di mandare la propria candidatura per una Call.

PERCORSO HOST

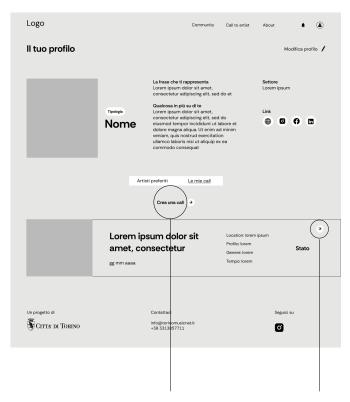
Community: visualizzazione Artisti



Community: visualizzazione Host



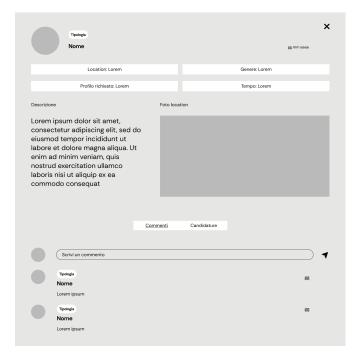
Profilo Host



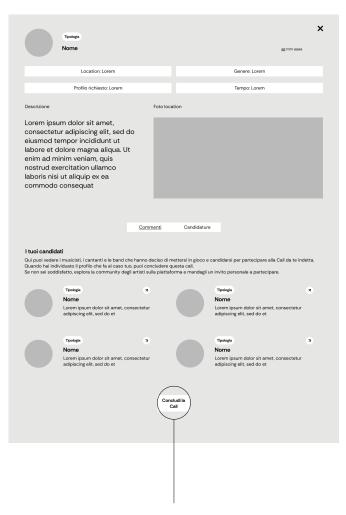
Possibilità di creare una nuova Call.

Collegamento per visualizzare la pagina di approfondimento di una Call creata.

Focus Call creata: visualizzazione commenti



Focus Call creata: visualizzazione candidature



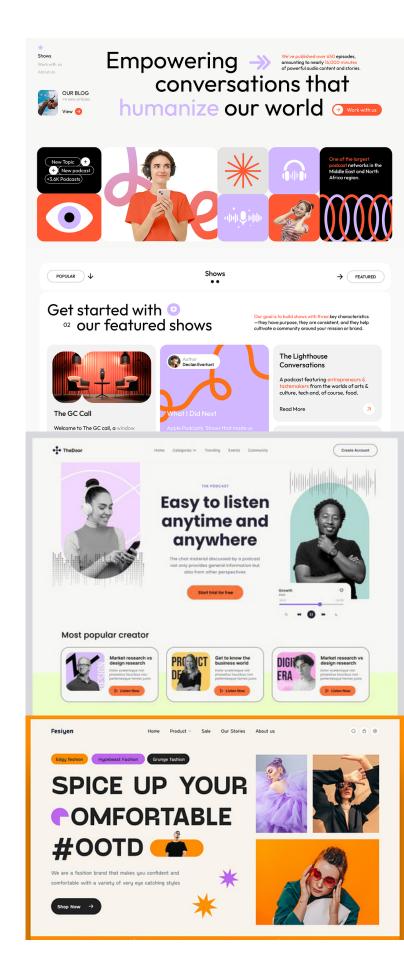
Tasto per concludere la Call una volta selezionato un Artista.

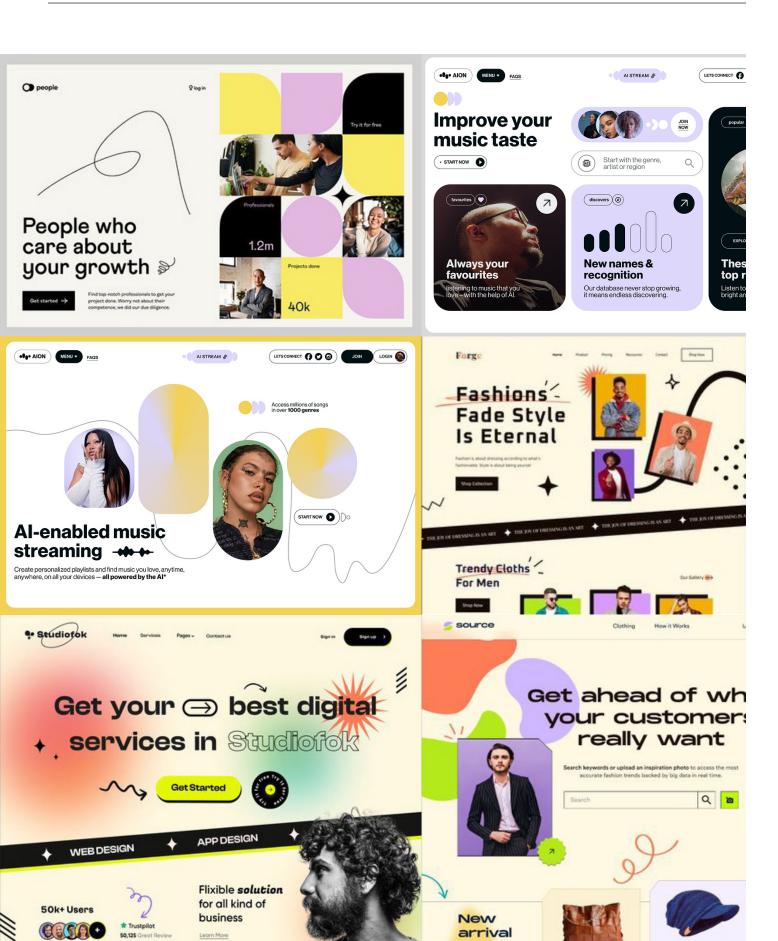
6.4.3

Visual Identity

La Visual Identity di Torino Music Net si basa su una moodboard con predominanza di sfondi dai toni chiari neutri accompagnati da un paio di colori d'accento. Accostati a questo linguaggio, si trovano forme geometriche che diventano strumento sia decorativo sia funzionale, guidando l'attenzione dell'utente; altro elemento molto importante sono le fotografie di persone reali, rigorosamente scontornate su sfondo colorato. Sono presenti anche elementi grafici con uno scopo perlopiù decorativo.

La moodboard ha quindi guidato nella realizzazione di un'identità visiva dai **toni chiari con due colori d'accento**, l'arancione e il lilla (già indicati nel Capitolo 6.1 dedicato al brand), accanto a **fotografie a colori**. Anche per quanto riguarda i font, sono gli stessi già citati precedentemente.



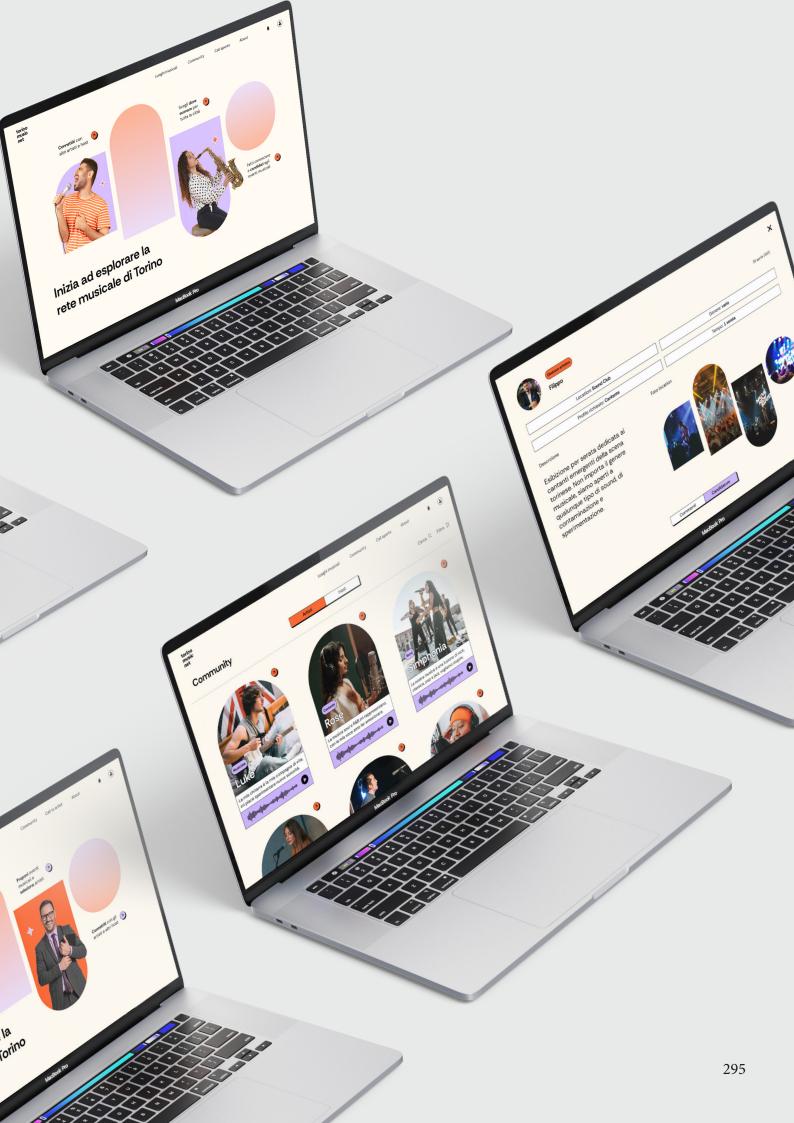


6.4.4

294

User Interface

Torino Music Net - La piattaforma che connette i musicisti torinesi con il territorio è quindi uno degli output finali del progetto: uno strumento con il quale musicisti, cantanti e band locali possono ottenere opportunità per esibirsi e farsi notare, mentre gli organizzatori di eventi musicali possono velocizzare e semplificare l'attività di scouting artistico. Luoghi musicali La piattaforma che connette i musicisti torinesi con il territorio Inizia ad esplorare rete musicale di

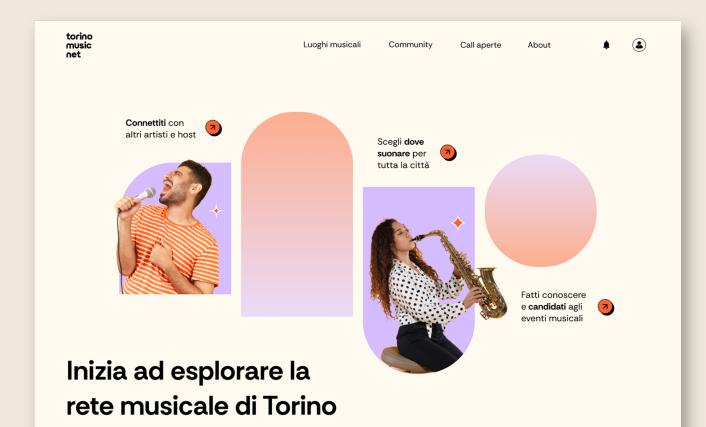


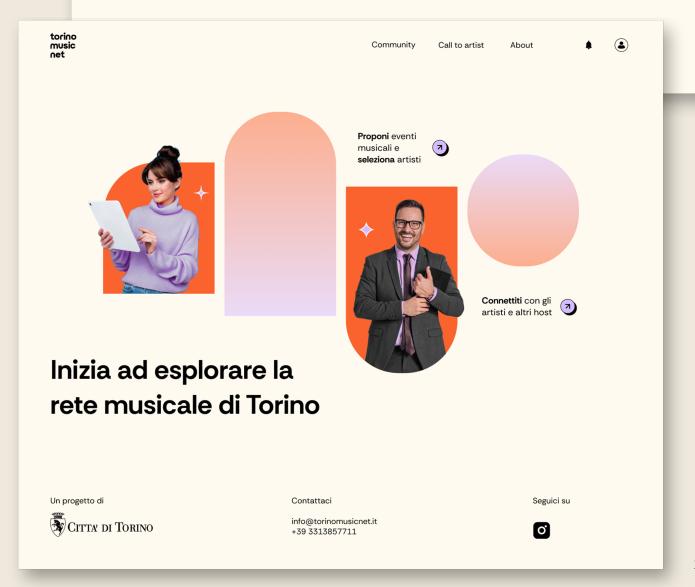


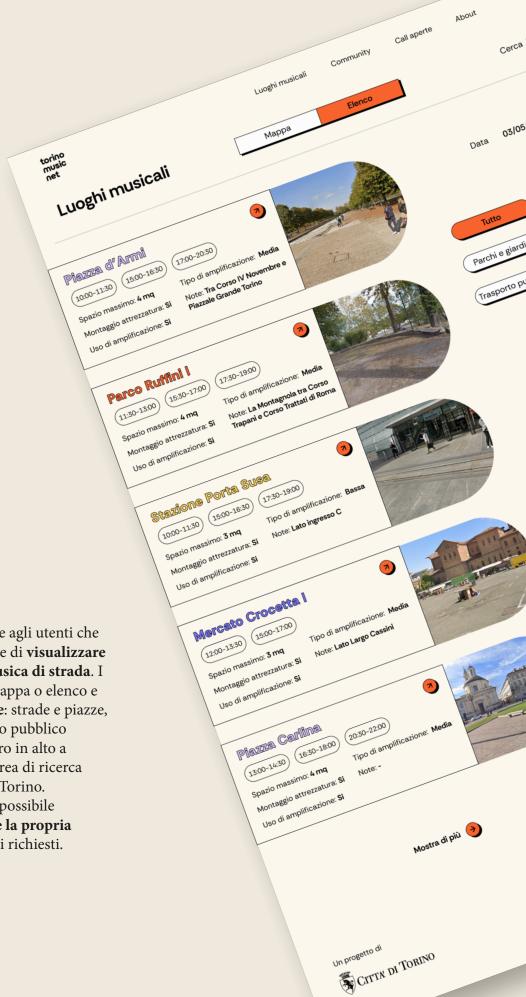
Landing page e homepage

La landing page ha l'obiettivo di offrire una panoramica su che cos'è Torino Music Net e di **portare l'utente all'iscrizione**, registrandosi come Artista o come Host.

L'utente completa l'iscrizione inserendo i propri dati e creando così un profilo personale, potendo quindi accedere alla homepage ufficiale: in versione lilla con CTA arancioni per gli Artisti e, al contrario, in versione arancione con CTA lilla per gli Host.

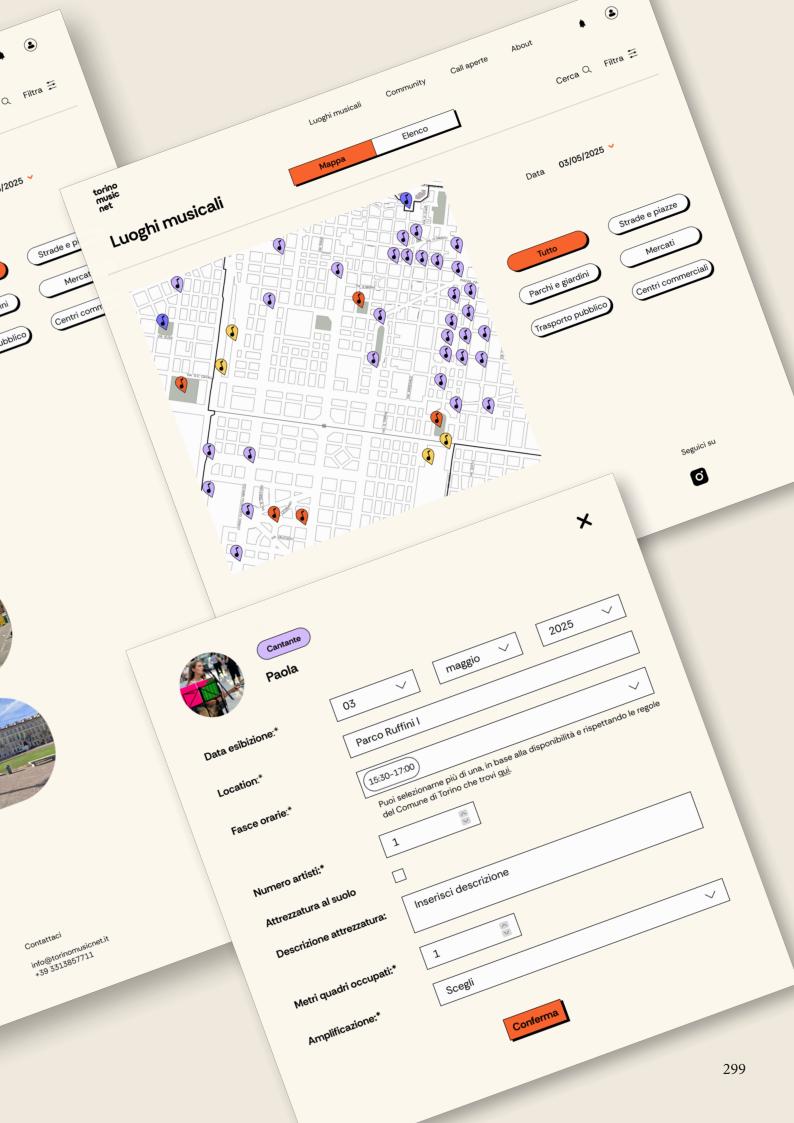






Luoghi musicali

Questa sezione, dedicata solamente agli utenti che si registrano come Artisti, permette di visualizzare tutte le postazioni adibite alla musica di strada. I luoghi sono consultabili tramite mappa o elenco e sono suddivisi in diverse categorie: strade e piazze, parchi e giardini, mercati, trasporto pubblico e centri commerciali; inoltre, il filtro in alto a destra permette di rimpicciolire l'area di ricerca selezionando specifici quartieri di Torino. Una volta scelta una postazione, è possibile visualizzarne i dettagli e prenotare la propria esibizione inserendo tutti i dettagli richiesti.

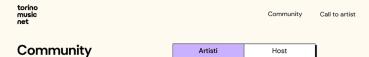


Community

La sezione Community è identica per i due tipi di utenti e per questo motivo ne è stata inserita una sola versione (quella degli Host).

Qui gli user possono visualizzare l'elenco di tutti gli altri utenti iscritti, suddivisi in Artisti e Host, potendoli anche filtrare per tipologia (cantante, cantautore, musicista, band, rapper oppure direttore artistico, ristoratore, organizzatore di eventi). Cliccando sulla CTA a fianco di ciascun utente, è possibile poi vedere il profilo della persona selezionata, consultarne i dettagli o decidere di contattarla.

Chi accede come Host, quando visualizza il profilo di un Artista, tra le opzioni di contatto in alto a destra ha in più il tasto "Invita", che serve per invitare direttamente l'artista in questione ad una propria call.

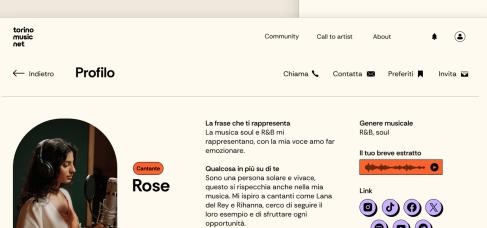
























Piazza d'Armi 5 maggio 2025



Parco Ruffini I 6 maggio 2025

Filtra =



Piazza Carlina 3 maggio 2025

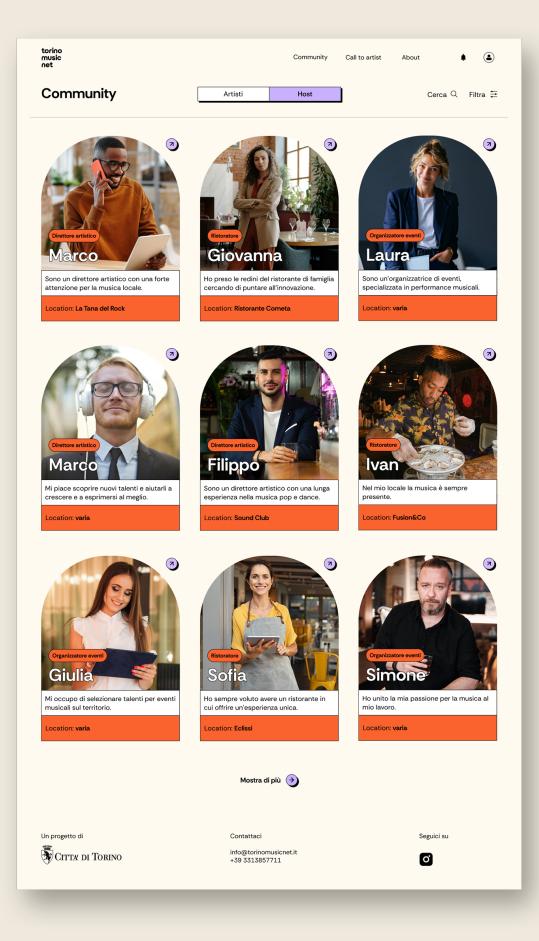


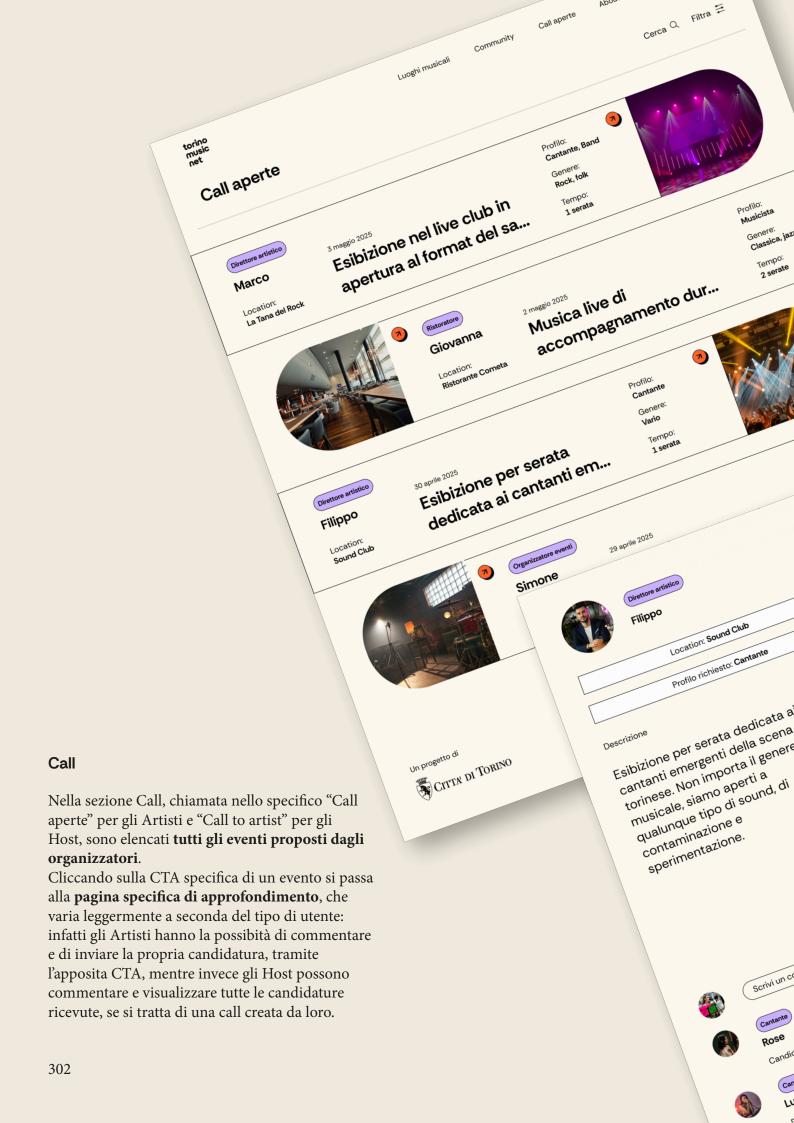
Sound Club 30 aprile 2025

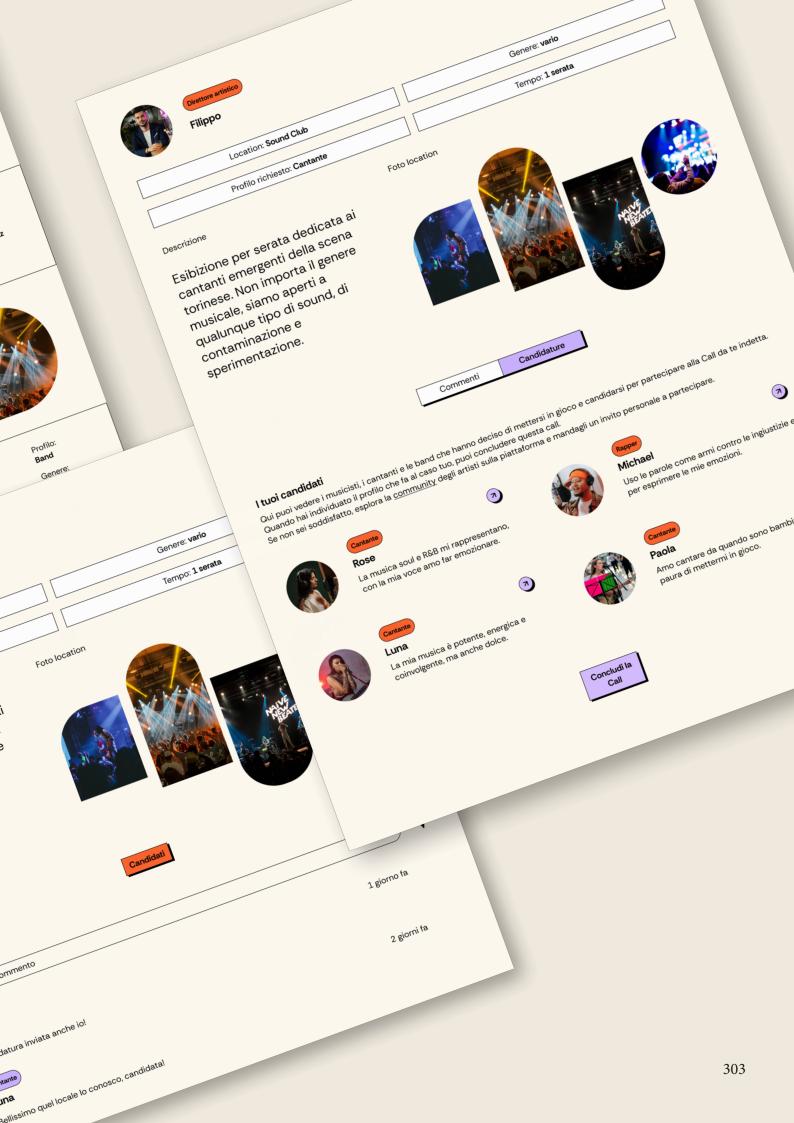












Luoghi musicali

Community

Call aperte

About



Modifica profilo /

Il tuo profilo





La frase che ti rappresenta

Amo cantare da quando sono bambina, non ho paura di mettermi in gioco.

Qualcosa in più su di te

Sono una persona solare e vivace, questo si rispecchia anche nella mia musica. I miei idoli di riferimento sono i Maneskin, ammiro che siano partiti dalla strada e siano diventati delle star internazionali, cerco di seguire il loro esempio e di sfruttare ogni opportunità.

Genere musicale

Pop

Il tuo breve estratto















Le call che seguo



Piazza d'Armi

5 maggio 2025

10:00-11:30

Numero artisti: 1 Spazio occupato: 3 mq

Attrezzatura: -

Amplificazione: Media



Tra 1g 3h



Parco Ruffini I

6 maggio 2025

(15:30-17:00)

Numero artisti: 1 Spazio occupato: 3 mq

Attrezzatura: -

Amplificazione: Media

Tra 2g 5h



Piazza Carlina

3 maggio 2025

13:00-14:30

20:30-22:00

Numero artisti: 1

Spazio occupato: 3 mq

Attrezzatura: -

Amplificazione: Media

Terminato

Un progetto di

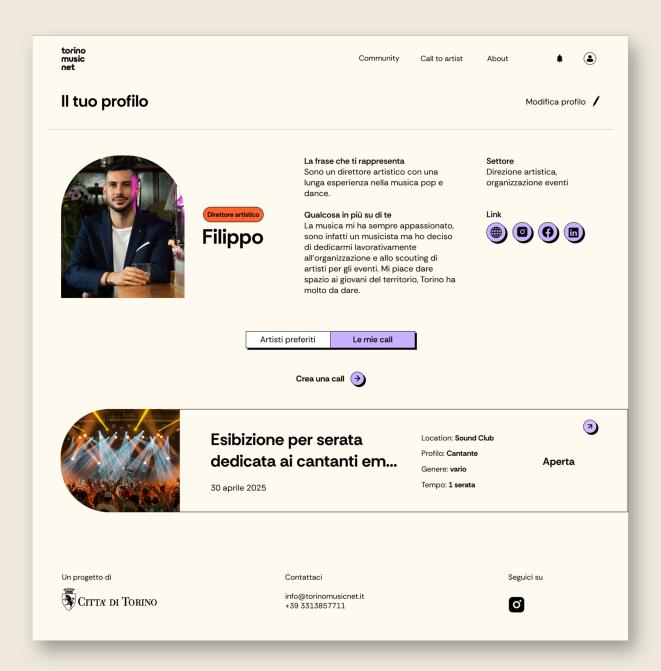
CITTA' DI TORINO

Contattaci

info@torinomusicnet.it +39 3313857711

Seguici su





Profilo

Nel proprio profilo, gli Artisti possono inserire tutti i **link** ai loro profili social e alle piattaforme di streaming per farsi conoscere meglio e far ascoltare la loro musica, ma possono anche scegliere di inserire un **breve estratto** (circa 15 secondi) di una loro canzone o musica che li rappresenti. Inoltre, possono costruire una sorta di **diario tenendo traccia delle proprie esibizioni in strada e degli eventi a cui hanno partecipato**.

Analogamente, gli Host nel proprio profilo possono indicare i link ad eventuali sito web e profili social, possono visualizzare l'elenco degli artisti salvati come preferiti in modo da ritrovarli in modo più semplice, e infine possono tenere traccia delle call realizzate, controllarne lo stato o decidere di crearne una nuova tramite la CTA.

6.5

Pagina Instagram

Come anticipato nella spiegazione del sistema Torino Music Net, la pagina Instagram è **rivolta ai cittadini e ai turisti** con due tipologie di contenuti principali: da un lato **rubriche di presentazione** dei cantanti e dei musicisti torinesi emergenti, e dall'altro **comunicazione delle esibizioni e degli eventi** musicali nella città.

Il feed del profilo riprende ovviamente i colori del brand, e quindi anche quelli della piattaforma web, con immagini reali trattate a colori.











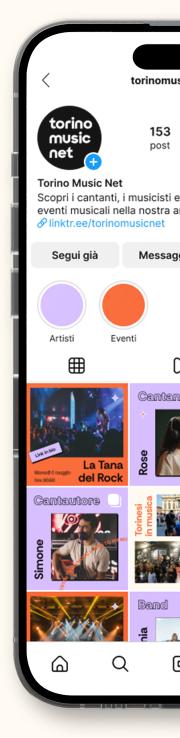


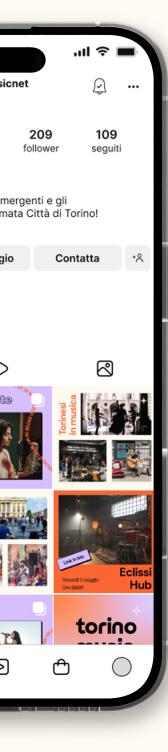














Conclusioni

Il settore dello spettacolo dal vivo in Italia è in continua risalita dopo la batosta della pandemia da Covid-19 e sta piano piano migliorando alcune criticità e colmando lacune amministrative proprie del settore, anche se non del tutto.

In Italia la musica emergente ha meno spazio rispetto all'estero, o comunque c'è più difficoltà principalmente per motivi burocratici, ma anche culturali; a Torino nello specifico sono numerosi i cantanti e i musicisti che vorrebbero trasformare la propria passione in qualcosa di più serio o che vogliono semplicemente esibirsi, ma il percorso di gavetta è lungo e complesso, e il capoluogo piemontese offre meno opportunità rispetto a città come Milano. Inoltre, generalmente il pubblico di un artista emergente rimane quello della cerchia ristretta di amici e parenti dell'artista stesso, perchè i torinesi hanno meno curiosità verso le novità musicali non consolidate.

Torino Music Net è un progetto che vuole facilitare l'attività di networking per la musica sull'intero territorio, permettendo di individuare tutti i luoghi, dalle strade alle piazze, dai parchi ai mercati e non solo, dove un artista emergente può far sentire la propria musica, ma anche facilitando le connessioni degli artisti con tutte le figure professionali che lavorano nell'ambito musicale della città.

Torino Music Net vuole anche rendere i cittadini torinesi partecipi, curiosi e aperti verso la scena musicale emergente, coinvolgendo al tempo stesso anche i turisti. Il progetto ha infatti come obiettivo ultimo quello di rendere la Città di Torino attrattiva e dinamica, valorizzandola dal punto di vista artistico, culturale e sociale.

Interviste

Marco Ciari Responsabile Ufficio Torino Creativa

Potrebbe fornirmi una panoramica generale su che cos'è il progetto Torino Creativa, il suo obiettivo principale e su qual è il suo ruolo?

Torino Creativa è un Ufficio del Comune di Torino, che dal 1983 si occupa di creatività giovanile e giovani artisti, trattando negli anni tanti aspetti diversi. Una volta organizzavamo direttamente iniziative, concorsi, ma negli ultimi anni invece, come un po' tutti gli uffici pubblici, abbiamo un ruolo non tanto di gestione diretta dei progetti e degli eventi, ma di coordinamento, controllo, consulenza, accompagnamento e interfaccia. L'ufficio prevedeva anche un progetto di rete che fino a due anni fa coinvolgeva tutta una serie di enti e istituzioni di Torino, tra cui Politecnico, Università degli Studi, Accademia di Belle Arti, IED, Compagnia San Paolo, Conservatorio, ovvero tutti enti che in modo diverso si occupano di giovani e di creatività. L'obiettivo dell'ufficio è quello intanto di creare delle sinergie, fare consulenza ai giovani creativi e facilitare i loro progetti, cercare di risolvere i loro problemi, facilitare gli eventi, quindi noi accompagniamo e cerchiamo di fare consulenza nei vari settori artistici per i giovani, sia per quelli che vogliono farne una professione sia per quelli che vogliono anche semplicemente esibirsi; abbiamo delle nostre iniziative che organizziamo in proprio e abbiamo anche un piccolo spazio in gestione per la creatività dove organizziamo eventi, quindi il lavoro è abbastanza vario e sfaccettato, cè uno staff di 5-6 persone che lavora su questi temi.

Come la promozione della musica attraverso Torino Creativa contribuisce all'identità culturale complessiva della città?

Noi come ufficio negli anni abbiamo sempre avuto una parte del lavoro incentrata sulla musica e ci siamo sempre occupati della promozione della musica giovanile e della musica emergente, due settori che a nostro giudizio avevano bisogno di essere supportati. Ci siamo occupati molto meno della musica di tipo commerciale e di massa perché a Torino c'erano già strutture che lo facevano: agenzie, organizzatori, locali, quindi non era necessario che il Comune se ne occupasse; invece per il settore della musica emergente e giovanile non c'erano particolari iniziative, e ancora oggi noi abbiamo due progetti: uno si chiama Pagella Non Solo Rock e l'altro Stati Generali del Rock, che sono sostanzialmente dei concorsi che poi vanno a generare delle rassegne. Pagella è quella un po' più importante perché è quella più organizzata e ramificata, che coinvolge ragazzi molto giovani di massimo 23 anni, quindi la fascia delle superiori e universitaria, che fanno loro produzioni musicali e quindi continuiamo ad organizzare queste due iniziative che tendono a dare spazio e far misurare i giovanissimi, quelli anche alle prime armi, con degli eventi musicali di livello professionale. Quindi noi dal punto di vista diretto realizziamo questi progetti. Dal punto di vista generale, uno degli obiettivi di Torino Creativa è quello di diffondere e promuovere le attività per i giovani artisti, quindi anche in campo musicale se ci sono dei concorsi, delle opportunità, dei festival, scambi culturali, residenze, noi diffondiamo attraverso i nostri canali questo tipo di informazione e se è possibile aiutiamo chi vuole partecipare facendo un supporto e una consulenza.

Come Torino Creativa promuove l'inclusività e la diversità nella scena musicale torinese?

Negli anni 80-90 i generi musicali erano un po' a compartimenti stagni: se facevi rock facevi rock, se facevi jazz facevi jazz, ognuno nel suo ambito suonava e faceva. Negli anni, a poco a poco, si è tutto un po' unificato; non si può più dire "Io faccio solo musica classica", i musicisti più anziani continuano ad avere questo taglio settoriale però bisogna ammettere che ormai la musica è completamente trasversale. Quindi la diversità dal punto di vista del genere musicale è ormai superata, per noi qualunque genere musicale va bene, dal punto di vista stilistico invece ci possono essere

stili, approcci e modalità diverse con le quali uno suona, e su quello si giudica. Per esempio qualcuno dice "Io suono dal vivo", un altro dice "No io non suono dal vivo perché faccio solo cose in studio che poi metto in rete", quindi è lì forse che c'è una diversità da capire; però dal nostro punto di vista non ci sono problemi, noi ci siamo sempre occupati di tutti i generi musicali senza particolari chiusure, magari proprio solo tranne il genere commerciale, legato al mercato, ma perché non rientra nel nostro ruolo. Come dicevo prima noi non ci occupiamo di un settore che ha già ampiamente spazio e mercato, ma ci occupiamo di dare aiuto dove serve.

Come valuta la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

Qui bisognerebbe fare un'analisi storica, nel senso che varrebbe la pena di vedere storicamente che cosa significa uno spazio per la musica in una città come Torino e di andare a capire negli anni comè cambiato il nostro territorio da questo punto di vista. Perché se a fine anni '70-inizio '80 c'era molta richiesta di spazi per esprimersi soprattutto nel settore musicale, ma anche per il teatro e l'arte in generale, l'esigenza arrivava proprio dai giovani artisti, in quanto nella nostra città, come anche a Milano, Bologna e Roma, mancavano gli spazi per esprimersi. Esisteva il mondo creativo ma non si sapeva dove suonare; i gruppi suonavano nelle cantine, nei garage, non c'erano locali dove potersi esibire e quindi da lì è partita l'idea di fare qualcosa, e il Comune di Torino, tra i pochi in Italia e forse il primo, ha iniziato a proporre progetti che tendevano a facilitare e individuare degli spazi per l'espressione. Quindi, se da una parte c'era un mondo molto libero, autonomo e immediato dove uno magari organizzava dei concerti nei giardini e nei parchi, anche in luoghi occupati non deputati a quello, dall'altra parte il Comune ha provato ad imbastire un discorso con i locali pubblici, soprattutto le birrerie e i bar, chiedendo se fossero

disposti a fare concerti nei loro spazi, siccome erano spazi pubblici frequentati dai giovani. Dai primi anni '80 è cominciato un atteggiamento nuovo da parte dei locali pubblici come discoteche, birrerie e bar, i cui gestori hanno iniziato ad ospitare dei concerti, solitamente di gruppi musicali composti da giovani. Da lì in avanti sono nati degli spazi dedicati solo ai concerti, poi sono nati spazi come i centri occupati e i centri sociali dove la musica aveva un ruolo dominante, che però erano centri non legalizzati, cioè non mainstream ma un po' ai margini, e perché erano spazi polivalenti che ospitavano anche la musica. Il Comune ha sempre avuto un ruolo molto attivo, infatti per esempio nei centri di quartiere e nei centri di incontro, che c'erano nelle varie circoscrizioni di Torino, sono nate delle sale prova musicali perché i musicisti e i gruppi avevano bisogno di provare e quindi c'era richiesta, oltre a spazi per esprimersi: non tutti avevano i garage e le cantine. Questi spazi per suonare e stare in compagnia venivano creati proprio in questi centri generalmente nelle periferie di Torino. Oggi come oggi questi centri non sono più molti, ma allora ce n'erano parecchi ed erano tutti centri del Comune frequentati da tutti i cittadini, giovani e anziani, dove c'erano sale prove, spazi comuni, piccoli concerti. Parallelamente c'era il mondo delle birrerie dove si facevano concerti, e mano a mano questa cosa è cresciuta, e dopo sono nati degli spazi deputati unicamente alla musica, che erano un misto tra la vecchia birreria e il centro culturale: per esempio l'Hiroshima Mon Amour, o discoteche come lo Studio2 e il Tuxedo, che si sono trasformate e sono diventate punto di riferimento per la musica dal vivo. In seguito sono nati altri tipi di spazi negli anni, come i Centri del Protagonismo Giovanile, o le Case del Quartiere, o club musicali specifici come il Blah Blah, lo Spazio211, il Cap10100 e l'OffTopic, tutti spazi che sono dei centri culturali, spesso spazi associativi dove ci vuole una tessera o meno, che fanno molte produzioni musicali e ospitano concerti. La situazione degli spazi, prima e dopo il Covid, bisogna sempre metterla in relazione a quella che è

la domanda e l'offerta; è evidente che in un periodo storico dove la musica dal vivo ha perso di interesse rispetto al pubblico giovanile, ti posso assicurare che gli spazi ci sono e sono anche belli, sufficienti, giusti, attrezzati. Il problema non è tanto questo, il problema è la creazione di un pubblico per la musica dal vivo. Mentre vent'anni fa c'era una grossa domanda di musica dal vivo, adesso non c'è più. Quindi questo vuol dire che tu sei pronto, gli spazi ci sono, ci sono gli operatori e sono anche bravi, però il pubblico non è numeroso perché preferisce diversificare, ha altri stimoli; ma questo non è colpa di nessuno, è cambiato il mondo con l'avvento dei social media, degli strumenti come YouTube, il computer, il web, lo smartphone. È cambiato l'atteggiamento nei confronti dello spettacolo dal vivo, quindi non solo musica, ma anche teatro e danza, e c'è un grosso problema proprio sull'utenza, che non è un problema dei grandi eventi, il concerto di Springsteen a Ferrara ovviamente non avrà mai problemi, concerto esaurito con migliaia e migliaia di persone, ma questo vale anche per i concerti che fanno nei grandi festival: quest'anno c'è stata un'esplosione di concerti e festival in Italia tutti andati benissimo, tutti esauriti, nessuno si è lamentato. È evidente che il pubblico per i grandi eventi c'era prima e ci sarà dopo; il punto sono i piccoli e medi eventi perché per quelli il pubblico non c'è. Mentre una volta il pubblico c'era e i piccoli e medi eventi erano molto partecipati, adesso invece è un problema, non per l'offerta di musica, abbiamo gruppi e musicisti eccezionali, ma perché il pubblico non è più abituato a guardare uno spettacolo dal vivo, e non partecipa per i motivi che dicevamo. Tante colpe ce l'ha anche la televisione, il web, ma anche una modalità di fruizione dei contenuti musicali che è cambiata nel tempo; una volta se tu ti occupavi di musica, la prima cosa che facevi era andare a vedere un concerto dal vivo, perché volevi vedere chi suonava e come suonava, poi compravi i dischi, le riviste musicali. Oggi invece la prima cosa non è andare ad un concerto, anzi forse è l'ultima. Il primo obiettivo è scaricare la musica e ascoltarla

con le cuffiette, poi magari se si ha voglia si guarda un video su YouTube e magari ancora si guarda un contest in televisione, che è tra l'altro a mio parere la cosa più deleteria che sia stata inventata nel mondo culturale. Programmi come X Factor e Amici sono proprio un modello culturale che sta uccidendo lo spettacolo dal vivo, sta togliendo interesse ai giovani per la cultura. Non è così che funziona: la realtà è diversa. Lì c'è un mondo che viene descritto chiuso dentro questi studi, dentro queste case con dinamiche personalistiche, ma il mondo fuori è diverso, tant'è vero che il 90% delle persone che escono dai contest non combinano nulla, perché quando si confrontano con il mondo reale capiscono che era tutta una farsa. Quindi attualmente, pre e post Covid, per me ci sono gli spazi, sono attrezzati, il problema è la sostenibilità proprio dal punto di vista del pubblico, cosa che purtroppo potrebbe anche pregiudicare l'esistenza di questi spazi, perché se non c'è gente che viene chiudono e fanno altro; allora questi spazi si sono anche un po' ristrutturati e riadattati, alcuni magari hanno ricevuto un supporto da parte delle istituzioni, del Comune, della Regione, degli aiuti per continuare a sopravvivere, altri hanno diversificato facendo musica ma facendo anche corsi, eventi, feste, quindi c'è un modo di sopravvivere grazie anche ad altre attività, però si tratta appunto di una sopravvivenza faticosa. Un altro esempio è che una volta, a fine anni '70-inizio anni '80, un luogo come Spazio211 veniva percepito dai cittadini e dal quartiere come disagio, come fastidio a causa di alto volume, giovani che andavano lì a fare chissà cosa; adesso si è completamente ribaltato, la parte musicale e giovanile è assolutamente inserita nel quartiere e accettata da tutti. Loro di Spazio211 hanno avuto un problema di legalità per furti, assalti, spaccio di droga subito lì fuori, che sono cose che non dipendono dalla loro attività, ma che anzi la danneggiano. Un problema prettamente di ordine pubblico e di legalità; qualcuno ha detto che è perché si organizzano pochi eventi in periferia... in realtà di eventi se ne organizzano tantissimi.

Il problema è che se si fanno eventi in una periferia in cui mancano altri servizi, oppure dove non c'è controllo, dove ladri e spacciatori fanno quello che vogliono, è evidente che non basta fare concerti ogni settimana. Bisogna fare eventi culturali da una parte e dall'altra bisogna anche rendere la vita difficile all'illegalità con altre operazioni, non basta solo la cultura a risolvere un problema sociale, un problema sociale lo risolvi con la cultura e con tutta un'altra serie di interventi sociali di reinserimento, controllo, inclusione sociale e anche repressione dell'illegalità. Questo è il problema delle periferie, loro di Spazio211 da soli non possono farcela, bisogna fare altre cose.

Quali sfide significative ha notato nei luoghi della musica a Torino prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico? Come Torino Creativa ha reagito per sostenere artisti, locali e operatori musicali durante questo periodo?

Torino Creativa è inserita nel servizio politiche giovanili del Comune. Quando c'è stato il Covid e tutto era chiuso ovviamente noi abbiamo affrontato questo tema capendo che cosa fare visto che non c'erano concerti, mostre, eventi pubblici. Dovevamo capire come rispondere e come far capire che i giovani "esistevano" lo stesso. Allora abbiamo lanciato alcuni progetti, uno dei quali è un progetto che ha coinvolto tutti i locali culturali di Torino che si occupavano di giovani, dove ci siamo fatti dare dei contenuti video, anche cose di repertorio pre Covid dagli operatori, con la musica e i giovani come protagonisti, e abbiamo lanciato un canale, attraverso Torino Creativa, Torino Giovani e i vari canali pubblici, e abbiamo creato un palinsesto di contenuti video da condividere. Visto che non c'era nient'altro abbiamo finanziato questo progetto e l'abbiamo realizzato. Quando siamo usciti dal tunnel del Covid abbiamo tutto sommato notato che il mondo della cultura e della musica si è un po' rigenerato da solo, è tutto ripartito da solo perché c'era un pubblico che voleva tornare a uscire e fare qualcosa insieme.

Però nel periodo Covid siamo sempre stati presenti sui social e sul web e abbiamo appunto aiutato un pochino la scena con questo ed altri progetti.

Invece dal punto di vista tecnico e amministrativo, oltre per esempio ai ristori nazionali di supporto a chi faceva spettacolo, qui a Torino il Comune aveva deliberato il fatto che nel periodo Covid determinate strutture che pagavano l'affitto al Comune, che facevano cultura e attività per i giovani, avessero un forte sconto sulle loro spese e questo è stato anche un segnale che noi abbiamo dato e che ha permesso a queste strutture di sopravvivere, di non avere un carico di spese in un momento in cui non potevano fare produzioni. Abbiamo sempre cercato di andare incontro e aiutare tutta la scena.

Quali nuove tendenze o innovazioni sono emerse nel mondo musicale post pandemia?

Non ce ne sono state, nel senso che per noi il Covid è stato proprio un momento di blackout, non abbiamo notato una differenziazione così grossa tra pre e post Covid. Il Covid è stato un blackout, dopodiché tutto sommato con fatica e gradualmente la musica è ripartita così com'era prima a livello di generi, a livello stilistico, così come c'era il rap torinese prima c'è anche adesso. I problemi erano e sono problemi che non dipendono dal Covid, che erano già presenti prima e sono appunto problemi sulla creazione dell'audience, del pubblico, di sostenibilità della musica dal vivo e anche di riconoscimento dell'esibizione dal vivo e di determinati generi; prima ciascun genere aveva il proprio spazio, adesso invece ci sono generi che hanno problemi proprio legati al live. Devo dire a discolpa di quello che dicevo prima, il fenomeno dei Maneskin come gruppo rock è stato da un certo punto di vista positivo perchè ha rilanciato intanto la musica rock, la musica dal vivo, l'immaginario di fare e suonare quello che si vuole, vestirsi come si vuole e avere successo, questi concetti del rock 'n roll

anni '70 erano stati un po' abbandonati e loro li hanno riproposti e sono stati vincenti, quindi questa cosa comunque è stata positiva per il mondo musicale e lo vedo quando organizziamo iniziative e vediamo gruppi suonare, non c'è nessuno che imita i Maneskin ma vedo che è tornata la voglia di suonare e di fare un po' quello che pare. Questo grazie a loro ma ovviamente anche grazie al post Covid che ha generato la voglia di uscire, di stare insieme agli altri, di stare all'aperto, tutte queste modalità che avevamo tenute un po' chiuse e che sono ripartite.

Quali collaborazioni Torino Creativa ha stabilito con altri attori chiave nel settore musicale e in che modo hanno contribuito a rafforzare la scena musicale della città?

Noi prima ne avevamo più iniziative musicali; oggi abbiamo Pagella Non Solo Rock che di per sé è una rete perché mette in connessione scuole e locali che fanno musica; poi abbiamo Stati Generali del Rock e Arezzo Wave, rete nazionale perché è un concorso nazionale di cui noi siamo parte, che era legata al festival di Arezzo, che oggi non ha più luogo, ma vive attraverso la rete nazionale, che è diventata un concorso per gli artisti emergenti. Poi come politiche giovanili della Città coordiniamo una rete di spazi che si chiamano Centri del Protagonismo Giovanile che sono spazi dati in gestione ad associazioni culturali composte da giovani, e in alcuni di questi si fa anche musica. È una rete molto viva che cerca di collaborare per ottimizzare le spese e i progetti. Alcuni spazi sono più incentrati sulla musica, tipo il Comala, il Tedacà, il Cap10100, lo Spazio211, l'OffTopic. Una volta negli anni '80-'90 c'erano altre occasioni, anche internazionali, dove partecipavamo attivamente. Adesso ce ne sono un po' meno. Poi se vogliamo citare una rete formativa più legata alla musica classica è quella del Sistema Musica della Città di Torino, con il Conservatorio, i corsi di formazione musicale della città di Torino, le stagioni dei concerti, che sono iniziative più legate alla musica classica, sia

pubbliche che private, che però lavorano insieme nel settore classico. Adesso per esempio c'è MiTo Settembre Musica che è anche quello un momento in cui il mondo della musica classica suona. Il Torino Jazz Festival è un momento in cui il jazz torinese si ritrova, quindi ci sono anche queste reti/ eventi in cui anche i musicisti torinesi hanno il loro spazio.

Quali sono i principali obiettivi futuri del progetto nel contesto del panorama musicale in continua evoluzione?

Dato che noi non ci occupiamo solo di musica abbiamo vari obiettivi. L'obiettivo è sempre quello di facilitare e di aiutare il mondo della creatività, quello di capire di che cosa hanno bisogno i giovani creativi di Torino, nel campo musicale, arte, danza, video, qualunque cosa nel campo creativo; bisogna capire se c'è bisogno di servizi, di soldi, di spazi, ecco questo a noi interessa, stare al passo con i tempi e capire davvero quali sono le esigenze: magari crediamo che i giovani abbiano bisogno di una certa cosa ma quando poi andiamo sul campo capiamo che non è così. Magari qualcuno potrebbe pensare che i giovani chiedano contributi in denaro per sostenere le loro attività ma in realtà non è così, spesso non vogliono soldi ma vorrebbero magari meno burocrazia, vorrebbero aiuto con i bandi perché sono complicati, vorrebbero spazi liberi polivalenti dove possono autogestirsi e non spazi come le birrerie o i club dove è complicato esibirsi. Queste sono le cose che in questi anni abbiamo verificato e che sono le richieste dei giovani artisti, quindi il nostro obiettivo è continuare a capire cosa serve.

Un altro tema importante è quello dello spazio pubblico, e questo vale soprattutto per la musica ma anche per il teatro. Uno spazio importante e fondamentale per i musicisti e per le arti performative: stiamo parlando della musica di strada, del teatro di strada, dei buskers. Prima non lo era, era una cosa residuale dove ogni tanto alle fermate della metro vedevi i musicisti che

suonavano; adesso la musica in strada è diventata fondamentale per tantissimi musicisti, anche per i professionisti e per persone che suonano nei club e nei teatri. Questo perché si tratta di uno spazio pubblico a disposizione che si può utilizzare e che gli artisti vogliono utilizzare, perché lo vivono come fosse un teatro; poi è una fonte di guadagno perché anche quel poco che raccogli è un'entrata; e infine raggiungi un pubblico che forse non raggiungeresti a suonare chiuso dentro un locale, perché il pubblico anche casuale che cammina per strada e passa per la piazza è magari un pubblico che non ti conosce, ti vede, gli piaci, ti conosce e quello genera valore. Per esempio i Maneskin, gli Eugenio in Via di Gioia sono nati anche facendo musica in strada. Anche alcuni nuovi cantautori italiani giovani, per esempio Gazzelle ha detto che è venuto a Torino e voleva fare musica in strada, ha fatto questa scelta e ci ha chiesto un supporto per esibirsi in Piazza Castello dove c'erano 500 persone. Gli artisti non hanno alcun problema a misurarsi con la musica in strada, quindi l'arte di strada oggi molto più di ieri è un tassello fondamentale se vogliamo parlare di spazi per l'espressione e per la cultura, ed è da tenere molto in considerazione. Un musicista che non è capace a suonare per strada magari poi non sarebbe tanto in grado di fare altre cose, è un modo anche per misurarsi, per mettersi alla prova.

Lucia Zanetta

Ricercatrice Osservatorio Culturale del Piemonte

Potrebbe fornirmi una panoramica generale su che cos'è l'Osservatorio Culturale del Piemonte, il suo obiettivo principale e su qual è il suo ruolo?

L'Osservatorio nasce da una partnership pubblicoprivata, all'interno ci sono le principali istituzioni pubbliche della regione, c'è la Regione Piemonte, la Città di Torino, ci sono le fondazioni bancarie come la Compagnia San Paolo e la Fondazione CRT, c'è l'Università di Torino da un paio di anni, c'è l'Associazione Abbonamento Musei, la Camera di Commercio, IRES Piemonte e poi c'è AGIS, che forse per alcuni punti di vista è un soggetto che ti potrebbe interessare di più, perchè è l'associazione che raccoglie tutto ciò che concerne lo spettacolo dal vivo. L'Osservatorio nasce nel '98 anche come momento di confronto tra gli stakeholder principali del territorio per provare a mettere insieme informazioni, dati, risorse su tutto ciò che riguarda il settore culturale in senso ampio. Guardiamo il settore culturale da tre punti di vista: uno è quello della produzione, quindi tutto ciò che è il sistema d'offerta, tradotto significa quante sale cinematografiche, quanti musei, quante associazioni e organizzazioni che si occupano di promozione della cultura; l'altra parte è quella dei consumi e della partecipazione culturale, quindi tutto ciò che è la domanda, chi poi effettivamente partecipa a queste iniziative; e l'ultimo pezzetto è quello delle risorse, che è il valore economico di questo insieme e indica anche quante risorse pubbliche e private vengono investite dalla Regione su questi settori. Accanto a quello di anno in anno ci sono poi degli approfondimenti più specifici, che nascono o per esigenze di qualcuno di questi soci che ti ho elencato prima o in concerto con la commissione di indirizzo per appunto andare ad approfondire che ne so un anno le industrie culturali, un anno l'impatto del digitale, in base a quelle che sono le esigenze del momento.

In che modo l'Osservatorio ha documentato le differenze pre e post pandemia e quali dati significativi sono emersi?

Negli ultimi anni ovviamente ci siamo trovati come tantissimi a dover ribaltare un po' lo sguardo, perchè se fino al 2019 il nostro obiettivo era quello di raccogliere e raccontare cosa succedeva sul territorio, con la pandemia ci siamo ritrovati a dover raccogliere e raccontare che cosa non c'era sul territorio; per cui l'azione che è stata fatta a partire da marzo 2020 è stata dar vita al monitoraggio degli effetti della pandemia del Covid: dalla prima settimana di chiusura del mondo dello spettacolo abbiamo coinvolto gli operatori del territorio in un monitoraggio attraverso un questionario. Ne abbiamo fatti 4 dal 2020 al 2022 in cui abbiamo cercato proprio di tenere traccia di cosa non stava più succedendo, anche perchè a metà 2020, quindi anche qualche mese dopo l'inizio della pandemia, le indicazioni erano che era saltato tutto, c'erano perdite grandissime, però alla parte quantitativa era difficile dare un numero, cioè cosa significa "tanto", "cancellato tutto" e anche sul lato decisioni c'era un po' di difficoltà nel capire le dimensioni di quello che stava succedendo. Quindi un po' analizzando i dati storici che di anno in anno raccogliamo, e un po' coinvolgendo gli operatori abbiamo cercato nell'immediato di provare a dare una dimensione di quello che stava accadendo, che aveva a che fare appunto con attività sospese, persone che non entravano più in contatto con le istituzioni e poi di conseguenza il collasso di molte organizzazioni dal punto di vista economico.

Tutto il settore culturale e quello dello spettacolo dal vivo ancora di più ha delle dinamiche molto particolari al suo interno proprio come lavoro, perchè ci sono contratti molto diversi, c'è anche una parte di sommerso/nero molto diffusa, ci sono delle cose che sfuggono dai conteggi. Quando è scoppiata la Pandemia sono state fatte diverse azioni per provare a dare un aiuto a chi in quel momento svolgeva un lavoro che era particolarmente penalizzante. Una delle azioni

che è stata presa con più forza è stata quella di fare emergere quelli che venivano chiamati "lavoratori invisibili", che erano quelli che appunto sfuggivano da quei contratti di lavoro o da quelle collaborazioni lavorative che erano invece coperte dalle normative che venivano in quel momento messe in campo; dentro questo gruppone, la parte di operatori dello spettacolo dal vivo, intesi sia come artisti, ma anche soprattutto come maestranze tecniche, pensa a tutta la parte dei service e di lavoro che sta dietro alla realizzazione di un evento, era particolarmente penalizzata. In questo caso uno studio che può esserti comodo è quello che ha fatto DocServizi, importante perchè è una cooperativa che si occupa di dare un frame anche fiscale a tutti coloro che lavorano nello spettacolo dal vivo, in particolar modo lato maestranze. Però dato che il lato lavoro in quel settore lì ha delle dinamiche molto particolari, è un pezzetto che secondo me vale la pena di guardare per capire proprio come funziona.

Cè una base dati a disposizione che tiene traccia mese per mese, disponibile qualche mese di ritardo rispetto alla chiusura dell'anno, di quanti lavoratori dello spettacolo sono attivi in un determinato territorio e scende a livello provinciale come dettaglio di informazione. La fonte a cui faccio riferimento è l'Osservatorio dei Lavoratori dello Spettacolo dell'INPS. Questo Osservatorio rende disponibili le informazioni rispetto al numero di lavoratori che sono attivi nelle diverse professioni, quindi hai quanti cantori, quanti registi, quanti scenografi, quanti truccatori e questo ti permette di capire come viene visto anche da fuori il settore dello spettacolo dal vivo dal punto di vista delle normative. Quindi quali professioni ad oggi vengono considerate lì all'interno e ti dà per regione e poi per provincia il numero di lavoratori, il numero di giornate lavorate e la retribuzione media. Può essere utile perchè ti dà una quantità di quelle che sono effettivamente le persone che lavorano in questo settore e che vengono almeno coperte e viste in questo modo, poi è utile perchè se devi fare un confronto rispetto a prima della

pandemia, durante e post, hai un dato quantitativo che ti permette di vedere l'impatto che c'è stato sulle professioni, quali hanno patito di più, dove c'è stata più perdita e quanto eventualmente hanno recuperato in corsa rispetto ai due anni che sono stati particolarmente drammatici, soprattutto il 2020.

Una base dati che forse può esserti utile per avere una quantificazione è l'elenco dei soggetti che hanno ricevuto i fondi emergenza Covid dal Ministero della Cultura, si chiama Extra Fus (il FUS è il Fondo Unico dello Spettacolo ed è quello a cui accedono quelli un po più strutturati), siccome tu chiedevi anche quali contributi erano stati messi a disposizione per i soggetti dello spettacolo. Trovi sul sito del Ministero della Cultura l'elenco dei beneficiari 2020, per cui riesci anche a capire da questa tabella quanti sono i soggetti più istituzionali e che indipendentemente dal Covid avrebbero ricevuto il contributo FUS e quelli che invece sono stati intercettati e inseriti esclusivamente in concomitanza alla pandemia, vedrai che c'è una differenza numerica molto importante. Qualcuno è ripetuto perchè ha ricevuto due contributi. Dentro troverai cose molto varie perchè troverai dal circolo ARCI come il Margot all'Accademia Stefano Tempia, Biancaneve che è Hiroshima.

Se guardiamo al nostro territorio ci sono stati dei piccoli, grandi e medi interventi da parte dei soggetti principali erogatori, che sono Compagnia di San Paolo, Fondazione CRT, la Regione Piemonte. Lì si tratta di spulciare un po' e vedere che bandi sono stati messi in campo. Nel caso della Regione Piemonte non è stato fatto un bando specifico ma è stato fatto un intervento direttamente sulla legge che finanzia le attività culturali della regione, che è la Legge 11, che a te può essere utile perchè puoi vedere l'elenco dei beneficiari e ricostruirti le anagrafiche; quindi proprio banalmente i soggetti che hanno ricevuto contributi nel 2022 da Regione Piemonte per Legge 11 attività di spettacolo.

Nel caso della Regione come ti dicevo quello

che è successo è che, se nel bando tradizionale si chiedeva il rispetto di alcuni indicatori per poter ricevere il contributo, nel 2020 questa cosa è saltata perchè era evidente che nessuno sarebbe riuscito ad arrivare a quei risultati.

Un altro calderone dentro cui sono confluite le risorse sono state quindi appunto l'ampliamento di quei fondi emergenza dato INPS, quindi nel momento in cui ci si è accorti che tanti lavoratori dello spettacolo non venivano considerati perchè c'era il problema del codice ATECO, il problema dei contratti di altro tipo, sono state fatte delle modifiche grazie anche a un importante battage che cè stato proprio di massa critica e di richiesta, per cui è stata ampliata la platea dei beneficiari. Facendo così noi però andiamo a guardare esclusivamente i soggetti che in un modo o in un altro entrano in contatto con gli enti erogatori e le politiche pubbliche, non tutti quelli che si occupano di musica hanno questo tipo di contatto, per cui ci perdiamo un pezzo quindi è importante capire che cosa vorresti tu. Per esempio OffTopic potrebbe non uscire da quegli elenchi, esce sicuramente Cubo per la parte di teatro, per la parte musicale invece potrebbe non uscire; Spazio211 esce da quegli elementi per la parte di festival, Hiroshima anche perchè c'è la parte di Flowers Festival e di rassegna che viene finanziata. OffTopic ha seguito anche diverse cose tra cui Scena Unita di cui è uscito un report che racconta tutto il progetto, che guarda il lato management degli artisti e circuiti indipendenti, più centri culturali che sfuggono appunto da quelle griglie più tradizionali. Sul sito dell'Osservatorio c'è il report 2019-21 con fonte SIAE, la SIAE ogni anno pubblica un report che si chiama Annuario Statistico della SIAE in cui raccoglie tutto. Da quando c'è stato il Covid hanno slittato la pubblicazione che prima era nel mese di giugno-luglio a novembre, per cui al momento i dati consolidati del 2022 non ci sono ancora ma probabilmente usciranno appunto a novembre con forse anche un'anticipazione del primo semestre del 2023. SIAE dà il dettaglio a livello regionale, trovi qualche info a livello provinciale. Avevano

Anna Maria Bava

Presidente Magazzino sul Po

Giovanni MarsigliaDirettore artistico Magazzino sul Po

Potreste introdurre brevemente il locale, quando è stato fondato e qual è il vostro ruolo?

A: Io sono Anna e sono la presidente di Magazzino sul Po ormai da 5 anni, quindi per la seconda volta. Questo posto è stato fondato prima del mio arrivo nel 2005 da Giancarlo, questo famoso personaggio torinese che ha fondato anche Gianca 1 e a cui è attribuita un po' l'ideazione dei Murazzi del Po, e lui è stato qua da quell'anno fino al 2010, anno in cui è subentrata la gestione attuale, in cui 5 ragazzi si sono incontrati e hanno deciso di prendere l'eredità di quella che è stata l'idea iniziale e da lì poi è partito il progetto che si è trasformato nel corso degli anni, pur mantenendo la propria identità, però poi è cambiato radicalmente chiaramente perchè sono arrivate nuove risorse. Magazzino sul Po è un'Associazione di Promozione Sociale e un centro culturale, non siamo un locale, e quindi è quello che un po' ci differenzia da tanti spazi: noi facciamo musica e chiaramente è uno dei core business di Magazzino sul Po, viviamo di musica ma non solo di quello, nel senso che Magazzino ha un pubblico trasversale, ha un'apertura molto lunga durante il giorno, ospitiamo dei percorsi di aula studio, delle attività educative, dei corsi, facciamo presentazioni di gruppi, quindi comunque ci sono tantissime attività che sono a parte di tutto quello che è il percorso musicale. Ci sono varie associazioni che operano all'interno di questo posto, all'inizio invece era veramente solo improntato sulla notte, poi man mano si è cercato di fare sempre più musica, c'è stata un'evoluzione anche grazie ad Alessandro Gambo che è stato direttore artistico per tanti anni e che adesso è direttore artistico di Jazz Is Dead, di Piedicavallo Festival, e da lì abbiamo iniziato un percorso con lui. Poi ad un certo punto, quando Alessandro ha deciso che avrebbe fatto anche altro, abbiamo sperimentato dei modelli di co-direzione artistica, modelli che sfruttiamo anche su altri aspetti, infatti abbiamo anche modelli di co-gestione con altre associazioni e di governance multilivello, e questo esperimento è andato bene, adesso abbiamo un

presentato a dicembre al Milano Music Week un'anticipazione sulla musica del 2022 segnando una ripresa fortissima lato live.

Ritornando alla tua domanda nel 2020 non si poteva fare nulla, avevano consentito qualcosa all'aperto ma sempre comunque con distanziamento e tutta una serie di limiti, con un massimo di 1000 persone per cui era oggettivamente molto difficile lavorare e soprattutto quando guardi nell'insieme tutti i dati, se tu puoi fare solo spettacoli con 1000 persone che prima prevedevano 10000 persone, anche se quegli spettacoli li hai fatti capisci bene che quel totale ha una grossa differenza. Nel 2021 c'erano ancora limitazioni ma si erano un pochino allentate per cui alcune attività hanno potuto fare di più soprattutto d'estate, nel 2022 c'è stata poi la ripresa totale e completa con anche un eccesso di proposte concentrate, in quel periodo lì c'erano anche 30 concerti al giorno, c'è stata una ripresa fortissima che da quello che si percepisce sembra essere confermata anche nel 2023; per cui erano tornati i grandi live, i grandi concerti e i festival, a Torino ha ripreso il Kappa, il ClubToClub, il TOdays, il Flowers.

La discografia e tutto il settore musicale è stato proprio stravolto negli ultimi 15 anni per tanti motivi ma è da qualche anno che è in crescita fortissima. C'è un report di Spotify per il lato ascolto dove si diceva che negli anni della pandemia siamo arrivati ad una media di 19 ore settimanali di ascolto di musica, chiedendosi anche cosa significa ascoltare la musica, cioè la tengo di sottofondo, la ascolto veramente, come la scelgo. C'è un report non lato live però è breve, è il Global Music Report dell'IFPI che racconta quelli che sono i macrotrend del mercato discografico. C'è anche la parte italiana di FIMI che è la Federazione Industria Musicale Italiana, quindi la parte più di industry.

nuovo direttore artistico che è Giovanni, che però coordina all'interno di Magazzino sul Po tante realtà che poi vanno a collocare i loro eventi e quindi poi è una decisione del gruppo di come strutturare un calendario, una rassegna, gli eventi all'interno di Magazzino, ci si parla, ci si confronta, si fanno delle riunioni periodiche, quindi diciamo che questo è il percorso che abbiamo deciso di fare negli ultimi anni e che stiamo portando sempre più avanti.

G: Per quanto riguarda la direzione artistica la faccio io ufficialmente da quasi 2 anni. Io non sono di Torino, sono pugliese ma vivo a Torino da 9 anni, e quindi mi sono iniziato ad affacciare alla scena musicale torinese da quando sono arrivato perchè sono un appassionato e poi col tempo facendo un po' di cose mie esterne sono arrivato al Magazzino tramite contatti e abbiamo deciso di iniziare a collaborare. Il primo anno l'ho fatto affiancato dall'ex direttore artistico che era Luca Bosonetto, poi lui mi ha lasciato continuare da solo. Per quanto riguarda la co-direzione artistica, la maggior parte dei live che ci sono nella stagione li decidiamo noi, ma c'è appunto questa co-direzione artistica che riguarda tante associazioni che fanno concerti al Magazzino. Quindi diciamo che io sono il referente con il calendario alla mano e capiamo qual è la data giusta e il live da fare.

In che modo la cultura e l'identità di Torino influenzano la programmazione degli eventi musicali?

G: Le realtà torinesi influenzano molto questo posto semplicemente perchè mi rendo conto che Torino ha veramente tanto da dare, a partire dalle band che suonano e che sono da scoprire fino ai collettivi che si muovono per fare cultura in questa città. Io come direttore artistico faccio molto caso a questa scena, sono sempre molto interessato ai nuovi gruppi che nascono e ai nuovi collettivi e penso che uno degli obiettivi di Magazzino sul Po è essere un punto di riferimento per queste

realtà. Nel senso che noi dobbiamo essere bravi a far capire a queste nuove realtà che in questo circolo sanno che c'è cultura, si fa aggregazione, si dà spazio, ovviamente in base a diversi filtri e gusti, alle band o semplicemente a chi ha voglia di esprimersi.

A: C'è stata un'evoluzione di Magazzino negli anni ma è vero anche che quelle cose belle che succedevano ai Murazzi, che era il contenitore per eccellenza dove nascevano le cose a Torino, noi abbiamo cercato di mantenerle su quella linea lì. Parlando di sostenibilità, che poi è il mio ruolo, Magazzino rispetto ad altri contenitori, magari anche per dimensione di spazi, cerca sempre di essere molto accessibile, quindi i concerti che si svolgono da noi sono super accessibili per le persone giovani e per le persone che magari hanno delle difficoltà di tipo economico, e dall'altra parte spesso e volentieri soprattutto nei confronti dei collettivi giovanili noi offriamo gli spazi gratuitamente e quindi questa cosa di offrire uno spazio, comunque centrale che ha acquisito in vent'anni anche una "fama" di rilievo sul panorama non solo torinese ma anche regionale, dà la possibilità a tante persone di ritrovarsi qui appunto senza la difficoltà di potervi accedere e di ritrovarsi in un posto dove magari possono incontrare anche altre persone per quello che vogliono fare nella vita, quindi è anche quello un po' l'obiettivo di circondarsi di tante realtà torinesi che si possono conoscere tra loro e da lì possono nascere poi altri progetti.

Come valutate la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

G: Non vorrei essere polemico ma sì, secondo me Torino ha gli spazi per poter dare tanto, l'unica difficoltà che io respiro e che vedo sia dall'esterno sia dall'interno è che non ci sono delle vie di mezzo come il Magazzino, se posso permettermi di dire, nel senso che ci sono o degli spazi molto piccoli dove veramente si potrebbe fare semplicemente un chitarra e voce, oppure ci sono degli spazi molto grandi, questo vuol dire che per poter suonare e per poter dare spazio a delle realtà o a delle band ci sono dei costi di mezzo, ci sono delle esigenze particolari; quindi vorrei semplicemente che ci fossero più posti come il Magazzino, indipendentemente dal fatto che ti diano il posto gratuitamente, quello okay sarebbe davvero una cosa veramente bellissima, ma anche semplicemente come spazio, come punto di riferimento o come mentalità secondo me, proprio come ideale rispetto a quello che si dà, quindi guardare alla musica e alla cultura a 360 gradi, non tanto per guadagnarci ma proprio per il senso che ti dà la cultura, l'aggregazione e la musica. Quindi secondo me Torino ha molto potenziale che potrebbe essere sfruttato meglio, però io non sono nessuno per dire che si possa sfruttare meglio, magari non ci sono le possibilità, però secondo me questa è l'unica postilla che mi verrebbe da fare.

Quali differenze significative avete notato al Magazzino e in generale nei luoghi della musica a Torino prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

A: Il Covid è stato chiaramente abbastanza traumatico soprattutto per i lavoratori del terzo settore, nel senso che comunque anche rispetto alla nostra rete, un circolo su quattro ha chiuso e quindi questo è un dato super significativo rispetto a quello che poi sono i contributi statali, comunali e rispetto al comparto musicale e culturale, chi ha fatto cultura è stato sostanzialmente fermo per due anni e abbandonato senza nessun tipo di ristoro e previsione anche per il comparto dei lavoratori. A livello di lavoratori tanti hanno abbandonato questo mestiere perchè non ci sono tutele, perchè chiaramente durante la pandemia hanno iniziato a fare altro e quindi dopo non sono più tornati a fare questo come professione. A livello di utenza, abbiamo dovuto fare dei lavori di adeguamenti

tecnici durante il periodo pandemico e quindi è stato molto difficoltoso anche a livello di sostenibilità e anche a livello del fatto che vedere un concerto seduto, che non è predisposto per essere visto da seduti, è stato difficoltoso, però noi quest'anno abbiamo avuto una super risposta sulla musica dal vivo, quindi se devo parlare di Magazzino io posso solo dire che noi siamo contenti di com'è andato il post pandemia a livello di risposta del pubblico. Chiaro che se andiamo a fare un'analisi sui festival sia torinesi sia europei, non c'è un festival che sia in attivo e questo è un dato che esiste e su cui bisogna per forza ragionare.

Avete ricevuto dei fondi e dei supporti dal punto di vista economico?

A: Noi non possiamo partecipare al FUS e all'Extra FUS quindi tutto quel pezzo lì non l'abbiamo ricevuto. Come ristori rispetto agli enti del terzo settore quando c'è stata la pandemia non è stata fatta una redistribuzione rispetto all'indotto delle associazioni, quindi io associazione Magazzino sul Po sono equiparata durante la pandemia all'associazione X che ha tre volontari, il ristoro non era proporzionale ma unico, quindi noi nei due anni di pandemia come ristori rispetto a questa cosa abbiamo preso 6.000 euro che è pari ad una mensilità di affitto di Magazzino sul Po, quindi chiaramente se non fossimo stati un'associazione solida non saremmo sopravvissuti. Rispetto a delle azioni come l'introduzione della figura di Giovanni avremmo fatto la stessa scelta di assunzione che è stata facilitata dalla Compagnia di San Paolo che ha previsto dei bandi per aiutare gli spazi e centri culturali durante la pandemia e quindi quello ci ha permesso di avere un contributo aggiuntivo per portare avanti delle azioni che se no avremmo fatto fatica a portare avanti. Sui concerti siamo oculati, Giovanni fa azioni in modo da riuscire ad essere sostenibile.

G: Sì ci sono tante valutazioni prima di decidere di far suonare un determinato progetto e uno di questo è appunto cercare che sia sostenibile. Credo che piacerebbe un po' a tutti chiamare la band australiana X però se sto a pensare che ci vogliono un bel po' di soldi cerco di risparmiarmela, quindi cerchiamo di far sì che sia il tutto sostenibile mettendo un contributo alla porta che sia ad offerta libera o meno, comunque in qualche modo "educare" la gente a sostenere la band, il progetto, il Magazzino sul Po che fa quattro concerti a settimana e quindi cercare di renderlo sostenibile in questa modalità per quanto riguarda la parte economica. Devo dire che dopo la pandemia c'è tanta voglia di fare, nel senso che sono nati tanti collettivi a Torino, non solo di band ma anche chi si occupa di produzione musicale, di booking, di management e quindi c'è tanta voglia di fare; la gente risponde bene ai concerti nonostante ce ne fossero tanti a Torino, la cosa buona è che non ci si schiaccia i piedi sempre, quindi ci sono tante cose per tante tipologie di persone diverse e il Magazzino sul Po raccoglie un determinato bacino. Per quanto riguarda invece le band e i progetti musicali in sé, la pandemia innanzitutto ha scremato queste band, come diceva Anna che ci sono tanti addetti ai lavori che hanno deciso di fare altro, allo stesso modo anche tanti musicisti hanno deciso di fare altro e ci si viene molto incontro anche sulla parte economica, nel senso che tanti musicisti e progetti musicali sono i primi a dire che capiscono il periodo di ripartenza e ci si viene incontro sulla parte economica.

A: Comunque in questi anni, se devo fare una riflessione su tanti anni di rassegne in questo spazio, non sempre a fine dell'anno possiamo dire di essere stati in positivo; poi magari la rassegna era super positiva nel senso che era super frequentata, le persone ci riconoscevano come posto anche nel panorama nazionale perchè comunque dal Nord Italia arrivavano un sacco di persone, però questo per dire che se anche poi a fine dell'anno vedevamo che le cose dal punto di vista economico non erano andate così bene, noi abbiamo sempre deciso di crederci e quindi è uno spazio che crede fortemente

nella musica al di là del guadagno commerciale, non lo facciamo per quello anzi ed è quello che cerchiamo di trasmettere.

Voi siete un Circolo ARCI giusto? Avete reti e collaborate con altri locali?

A: Sì negli anni abbiamo fatto veramente tantissime collaborazioni con altri circoli ARCI, abbiamo sempre ospitato i festival di altri spazi che magari non potevano nel periodo estivo, piuttosto che non avevano gli spazi adeguati per farlo. Spesso e volentieri diamo gli spazi ad altre associazioni, ospitiamo dei festival di Torino, quindi collaboriamo per esempio con See You Sound, con il Torino Film Festival, siamo i promotori del festival Jazz Is Dead che ormai è al suo sesto anno, lavoriamo con il comune di Pino Torinese su delle rassegne estive. Adesso in questi giorni c'è la notizia della chiusura di Spazio 211 per vari motivi e mercoledì prossimo ospiteremo il concerto che ha dovuto annullare.

G: O più semplicemente ci sono tante realtà ARCI che non hanno dei posti fissi, quindi sono magari etichette discografiche o produzioni musicali o magari ci sono associazioni ARCI che non avendo un posto fisso fanno co-direzione artistica con noi. Quindi parlando per esempio di Indiependence organizza un live al mese al Magazzino sul Po, Soundset organizza un live al mese al Magazzino sul Po. Quindi sì cè una rete di circoli ARCI e non, proprio perchè appunto diamo un senso a questa sorta di comunità.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale e il ruolo che il Magazzino potrebbe svolgere nella ripresa post-pandemica? Come vedete il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

A: Su quello che è Magazzino io sono super fiduciosa su questa stagione, penso che faremo meglio della scorsa, e quindi credo che potrà essere un buon anno nonostante siamo in una situazione un po' difficile per quanto riguarda l'assegnazione degli spazi, questa cosa qui mi crea molta più ansia rispetto a tutto il tema delle presenze, perché abbiamo lavorato molto sulle programmazioni e ci siamo portati molto avanti, sta funzionando tutto, Magazzino è davvero tornato ad essere un punto nevralgico che le persone cercano e non siamo noi a dover cercare, quindi questa cosa è fondamentale. A livello di Torino si stanno muovendo delle cose, nel senso che comunque noi ad esempio con ARCI abbiamo un tavolo musica in cui facciamo delle riunioni periodiche per confrontarci sulla situazione attuale della città, con tanti altri enti. Abbiamo fatto dei percorsi sia sulla musica dal vivo sia sulla musica del mondo notturno, ci sono comunque degli incontri periodici con gli assessori che ci riconoscono come qualcuno con cui dialogare e quindi speriamo che questi percorsi portino davvero a riuscire a fare una rete tra di noi che manca da un po', sulla falsa riga del Le Club Commission che ci sono a Berlino piuttosto che in Europa, in cui magari possiamo avere più potere anche contrattuale perché finché siamo tutti da soli è più difficile poi portare avanti delle rivendicazioni rispetto a quello che è il nostro comparto e poi c'è tutto il tema dei grandi eventi di quest'anno che bisognerà capire come affrontare tra spazi, Comune e grandi eventi. Però diciamo che quindi sì operiamo su più fronti.

G: Per quanto riguarda invece l'obiettivo musicale io ho notato quest'anno che è cresciuto molto il Magazzino nel senso che tante associazioni, tanti collettivi ci hanno cercati per poter portare il loro format qua. Questo vuol dire che in qualche modo abbiamo fatto vedere e capire alla gente che qui c'è voglia di fare e che qui si sta creando e riprendendo un movimento che era un po' assopito e quindi vogliamo essere semplicemente un punto di riferimento. Di criteri per scegliere le band ovviamente ce ne sono tanti, quello che io cerco sempre di fare è tenere d'occhio la scena torinese e quali sono i progetti nazionali e internazionali

che vanno di moda oppure che magari hanno un certo tipo di valore per quanto ci riguarda, quindi vorrei non averne mai abbastanza sia di queste persone che ci cercano sia nel poter dare a Torino cose che altri non fanno, distinguendoci in questa maniera qua ed essere sempre più un punto di riferimento per la scena. Quello che penso sia stato lo Spazio211 da vent'anni a questa parte, quindi piano piano nel nostro piccolo sotto vari punti di vista ci lavoriamo.

Gabriele Sinatra

Direttore artistico e Project Manager sPAZIO211

Potresti introdurre brevemente il locale, quando è stato fondato e qual è il tuo ruolo?

Ciao Chiara, prima di cominciare tengo a ringraziarti per aver pensato a me e a sPAZIO211: sono felice di poter contribuire in qualche modo alla tua tesi di laurea!

Personalmente mi occupo di direzione artistica e sono project manager di diversi progetti, tra cui il contest Pagella Non Solo Rock che gestiamo per conto della Città di Torino. In generale mi occupo di tutto ciò che concerne le attività rivolte agli under 35. A gestire la programmazione culturale siamo in due; l'altro soggetto è Gianluca Gozzi che è stato fondatore di sPAZIO211, circa trent'anni fa, sia ideatore e direttore artistico del TOdays Festival. Tendenzialmente lui si occupa della musica internazionale mentre io mi occupo delle politiche del territorio, di artisti italiani e scena indipendente. La nostra direzione artistica si basa sulla proposta di una cultura alternativa con i giovani al centro, quindi cerchiamo sempre di rinnovarci e di intercettare le nuove esigenze espressive delle generazioni che si susseguono nel tempo, con l'obiettivo di creare una sorta di incubatore che possa favorire sia l'educazione sia l'avvicinamento dei giovani a una cultura nuova, fresca, ispirata dal concetto di curiosità e di coscienza critica. Le nostre attività hanno l'obiettivo di favorire l'aggregazione, che per noi è una parola centrale, in quanto porta le persone a incontrarsi dal vivo, a scambiare opinioni, a vivere delle esperienze che purtroppo in questo periodo storico e negli anni sempre di più stanno un po' venendo sostituite dall'avvento del digitale. Cerchiamo di promuovere una cultura fatta di persone tangibili, sfruttando gli strumenti innovativi che vengono man mano messi a disposizione per noi operatori culturali, senza però perdere il focus sulla centralità della persona e sul rapporto che può avere con le altre persone e con il territorio in cui vive. Il nostro spazio, così come Hiroshima Mon Amour per Torino sud e tanti altri, fu inserito in un punto strategico della città di Torino per via della

convinzione che un polo culturale potesse favorire una riqualifica e una rinascita del territorio; noi nello specifico operiamo in Barriera di Milano che come puoi immaginare è un quartiere molto difficile e tra l'altro ogni anno peggiora a livello di qualità della vita. I nostri centri culturali dovrebbero servire per affiancare le attività di urbanizzazione e bonifica degli spazi abbandonati. Non sempre questo funziona, non so se hai letto negli ultimi giorni tutto ciò che ci riguarda [la chiusura del club a ottobre 2023]. Ci troviamo in un contesto in cui la genesi del problema è la povertà, dunque stiamo cercando di ottenere dall'amministrazione un tavolo di lavoro congiunto con i vari assessorati, ovvero cultura, politiche giovanili, urbanistica, sanità e sicurezza, per fare in modo che si possano progettare dei piani regolatori di sviluppo ma soprattutto di reinserimento delle persone che qua intorno vivono nel disastro più totale. Vorremmo fare in modo che la cultura diventi un mezzo per favorire la crescita del territorio in senso ampio; la nostra visione è quella di non limitarci alla promozione di una cultura alternativa per fare gli hipster, ma è proprio dare dignità al ruolo che un presidio territoriale può avere realmente nel contesto in cui opera.

In che modo la cultura e l'identità di Torino influenzano la programmazione degli eventi musicali?

sPAZIO211 è sempre stato considerato il tempio della musica di Torino: la nostra programmazione è molto particolare e riconoscibile e ha una forte identità, e non siamo gli unici in città, quindi probabilmente sono i luoghi ad influenzare la cultura cittadina, non viceversa.

Permettimi di fare un piccolo off-topic: la nostra struttura è molto vecchia quindi abbiamo anche degli obiettivi di modernizzazione e accessibilità. Abbiamo appena rifatto il tetto, stiamo programmando la ristrutturazione dei bagni e dobbiamo implementare le pavimentazioni per l'accessibilità di persone con disabilità: una parte

del nostro spazio è ricoperta di ghiaia e ci piange il cuore ogni volta che vediamo una sedia a rotelle incastrata nelle pietre e capita spesso purtroppo. Il nostro obiettivo è quello di essere sempre più accessibili e sempre più aperti a tutti, facendo una cultura che sia per tutti. E qui nasce uno spunto di riflessione importante: se un luogo della cultura viene abbandonato a se stesso, specialmente dopo essere stato posizionato strategicamente in una zona che ha bisogno di una bonifica, diventa difficile fare una programmazione realmente accessibile a tutti da un punto di vista economico: spesso il biglietto di ingresso rappresenta anche una barriera per tenere fuori tutta una serie di personalità problematiche che vanno da spacciatori a borseggiatori e quant'altro. Se c'è un biglietto a 10-20 euro si crea inevitabilmente uno sbarramento e purtroppo spesso dobbiamo prendere decisioni di questo tipo, andando contro la nostra idea di cultura accessibile, per arginare tutta una serie di problematiche che esistono qui intorno. Tornando alla tua domanda, secondo noi il ruolo delle associazioni culturali può anche andare oltre la musica, nel nostro caso abbiamo tanti spazi che possono anche essere riconfigurati e destinati ad attività nuove, come ospitare organizzazioni umanitarie e Onlus; il punto è che gli spazi torinesi non si occupano solo di musica. Certo, la musica è uno strumento molto utile perché ha una potenza comunicativa particolare ed è un potente mezzo di aggregazione ma quasi nessuno si limita a questo. Un esempio concreto: durante la stagione indoor, da ottobre a maggio, a settimane alterne una volta da noi e una volta da Hiroshima Mon Amour, il martedì pomeriggio ospitiamo un'iniziativa di disco clubbing dedicata esclusivamente a persone con disabilità, siano essere motorie o fisiche o intellettive. Questo è un dato importate perché si dà spazio e voce a persone che hanno difficoltà e la musica in questo caso è uno strumento che agevola le connessioni e favorisce lo scambio, dà un motivo per aggregarsi: vai lì balli, ti bevi un succo di frutta e non ti senti più solo o escluso.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

La questione "musica emergente" o "musica locale" è molto particolare e delicata perché si va anche a scontrare con tutta una serie di problematiche non solo a livello di spazi, di fruizione e di disponibilità ma anche da un punto di vista di fiscalizzazione e legalizzazione dell'attività. Quando si parla di creatività emergente, ci si riferisce ad aspiranti artisti e musicisti che sicuramente investono tempo, energie e soldi per sviluppare i propri progetti ma che non sono nelle condizioni di poter lavorare in maniera strutturata e tutelata. La maggior parte delle volte non hanno personalità giuridica, non hanno partita iva né non sono iscritti a cooperative, quindi dargli spazio è complesso. Man mano che poi il sistema viene regolamentato, per forza di cose si tende ad escludere la creatività emergente proprio a causa delle normative e della burocrazia. Gli spazi ci sono, Torino in particolar modo penso sia la città d'Italia che più dà voce alla cultura dal basso; basta guardare al grande numero di artisti o aspiranti tali che nasce ogni anno in questa città e alla miriade di organizzazioni e collettivi che operano sul territorio su tutti i generi musicali, dal cantautorato alla musica elettronica, dal pop al rock alternativo. Torino ha senz'altro una scena molto interessante e sta proprio a chi fa il mio lavoro trovare il modo di dare spazio e visibilità a chi merita, trovando un modo di districarsi nel ginepraio di cui sopra. È ovvio che da un punto di vista economico e sociale sta diventando sempre più complesso operare sui giovani, però per rispondere alla domanda, si, lo spazio c'è senza dubbio.

Io stesso nasco come musicista, ho girato un po' tutta l'Europa e posso dire che il problema principale dell'Italia è l'assenza di consapevolezza. Chi vuole fare musica, deve capire che per essere trattato adeguatamente e avere lo spazio a cui ambisce, deve iniziare a trattare il proprio progetto artistico in maniera imprenditoriale, esattamente come se volesse aprire una qualsiasi attività in un qualsiasi altro settore. Lo stesso vale per le organizzazioni e per gli spazi. Quando tutti capiremo questa cosa qua probabilmente il sistema inizierà a funzionare meglio. Tutto ciò sta anche portando molto spesso la musica emergente in luoghi che non sarebbero concepiti per fare musica, non che sia un problema, ma sarebbe bello un giorno fare musica dove va fatta, mettendo tutti nelle condizioni di poterlo fare in maniera sostenibile.

Quali differenze significative hai notato allo Spazio211 e in generale nei luoghi della musica a Torino prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

Non è che ci sia stato un grosso cambiamento, in realtà. C'è stato uno stop delle attività, questo si, ma dopo la ripresa ciò che davvero è cambiato è il potere d'acquisto delle persone. La pandemia ha avuto degli effetti che si ripercuotono ancora adesso su tutti noi, anche a livello di politica economica. Cè un'inflazione bestiale e le persone devono destinare più risorse per comprarsi il pane, prima di tutto. Di conseguenza ci sono meno risorse per coltivare hobby, per passare il tempo libero in maniera alternativa e magari frequentare spazi culturali; probabilmente è diventato più facile vedersi con gli amici in piazza a bersi una birra piuttosto che scegliere un concerto, però non è cambiato nulla a livello operativo, funziona sempre tutto nello stesso modo. Detto questo, penso che stia un po' a chi si occupa di cultura e aggregazione trovare il modo innovato per riuscire a coinvolgere lo stesso le persone e far capire il valore aggiunto delle attività culturali alternative e fare in modo che preferiscano passare il loro tempo in spazi di aggregazione positiva e non in mezzo alla strada con la birra in mano. Posto che le birre e i cocktail si trovano anche nei live club, posti in cui però puoi anche vivere un'esperienza diversa e stimolante.

Avete ricevuto dei fondi e dei supporti dal punto di vista economico?

Pochissimo. Rispetto alle economie che servivano per tenere in piedi uno spazio come il nostro anche in fase di chiusura, i sussidi sono stati ridicoli. Ma in generale anche in condizioni di normalità e non di crisi, i costi che bisogna sostenere per proporre artisti internazionali e portare avanti una programmazione alternativa e controtendenza sono 10-15 volte superiori alle risorse reperibili attraverso i bandi delle fondazioni, delle città o delle circoscrizioni. Noi, come tutti, partecipiamo a molti bandi, ma noi con i contributi che riceviamo non arriviamo a coprire neanche i costi di allestimento del main stage. Quando si vuole operare bene, ad un certo livello, questa è la realtà dei fatti. Non sto dicendo che sia sbagliato, anzi, è giusto che ognuno si assuma il proprio rischio d'impresa, però bisogna aiutare anche il pubblico a percepire il valore reale delle attività proposte e trovare la formula per far sì che gli spazi culturali imparino a stare in piedi da soli, al di là degli aiuti. Poi, i fondi servono sempre e quando arrivano non si rifiutano, non c'è ipocrisia a riguardo, però stiamo vertendo un po' tutti su questo filone di pensiero.

Come vengono scelti gli artisti e le band che si esibiscono nel locale?

Per quanto riguarda la musica internazionale si cerca di fare su un mix equilibrato tra artisti che hanno segnato la storia, e quindi influenzano la musica di oggi, e nuove generazioni di artisti che stanno riscrivendo i paradigmi. Cerchiamo sempre di dare voce a queste due categorie a prescindere dal genere musicale. È noto a tutti che prediligiamo l'indie rock (quello vero), il post-punk e l'elettronica ma spesso strizziamo un occhio al cantautorato indie folk nord europeo e americano.

Per quanto riguarda invece la musica italiana, personalmente cerco di dare spazio agli artisti che si muovono in maniera consapevole e

strutturata, dando precedenza a chi si trova in fase promozionale, come ad esempio alle band che hanno un disco in uscita. Con i progetti musicali torinesi, invece, spesso costruiamo dei percorsi di tutoraggio durante i quali vengono spiegate determinate dinamiche progettuali e promozionali, vengono dati consigli su come muoversi, per far percepire al loro eventuale pubblico il valore di ciò che stanno facendo; impostiamo delle di coproduzioni in cui l'artista è affiancato per diversi mesi fino ad arrivare all'evento di presentazione del disco

In generale, emergenti a parte, siamo in contatto con delle agenzie che si occupano di organizzazione di tour e semplicemente scegliamo gli artisti che secondo noi rispecchiano al meglio la nostra visione di musica. Il concetto chiave è "sostenibilità". Cerchiamo infatti di opporci ad alcune dinamiche malate dell'industria italiana, per cui molte agenzie bruciano le tappe, spremono gli artisti vendendoli a cifre insostenibili, creano buchi per ogni dove e poi li cestinano per passare all'artista successivo. Cerchiamo in tutti i modi di contrastare questa modalità che ha poco rispetto dello stato dell'arte e prediligiamo progetti che ci sembrano avere realmente delle fondamenta solide. I giorni dell'anno sono pochi, quelli adatti per fare concerti ancora meno e quindi bisogna essere molto selettivi.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione riguardo alla musica? Sono cambiate nel tempo?

Le strategie ci sono e sono cambiate per colpa mia tra l'altro... Mi han preso tre anni fa proprio per questo. Partendo dai valori che sPAZIO211 vuole trasmettere, la nostra comunicazione è molto distante dai parametri standard odierni; non si basa sullo sfruttamento delle potenzialità algoritmiche o qualsivoglia meccanismo offerto dagli strumenti che abbiamo a disposizione, bensì su una narrazione che sia empatica, coinvolgente, che possa mostrare veramente ciò che facciamo e ciò in cui crediamo. Di base la nostra comunicazione è molto semplice e si limita a informare il pubblico con dei toni decisamente riconoscibili. Basta dare una lettura agli ultimi due post dedicati alla nostra chiusura temporanea: lì è racchiuso perfettamente il nostro modus operandi.

Tutto ciò che riguarda la vendita di biglietti avviene dietro le quinte, quindi adv a manetta mirate e targettizzate. Punto. Sul nostro feed e sul nostro sito internet restano solo messaggi e testimonianze di bellezza che la musica che amiamo apporta alla comunità. Il nostro Instagram è un semplice reportage di ciò che è già successo più che un canale di comunicazione di ciò che avverrà in futuro. Ci limitiamo a mostrare la bellezza che creiamo per incuriosire e stimolare su esperienze diverse e nuove. O almeno, l'ambizione sarebbe questa.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale e il ruolo che Spazio211 potrebbe svolgere nella ripresa post-pandemica? Come vedete il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

Per quanto riguarda la scena musicale torinese in questo momento è avviato un percorso di coprogrammazione e di co-progettazione molto acerbo e, a mio avviso, molto poco intelligente ma che mi auspico migliori. È in corso anche un percorso con l'amministrazione cittadina, nello specifico con gli assessorati allo sport e alla cultura,

che insieme costituiscono il comparto grandi eventi. In questa sede si sta cercando di far capire ai piani alti che Torino, grazie ai nostri spazi, ha una forte identità riconosciuta a livello europeo e che quindi sarebbe opportuno includere maggiormente chi lavora quotidianamente sul territorio nei processi decisionali e organizzativi che portano alla realizzazione dei grandi eventi. Spesso si nota una grande fatica degli assessori a distinguere tra turismo, intrattenimento e cultura. Nello specifico, la sfera del turismo viene spesso sovrapposta o confusa con quella della cultura e questo è un problema molto grave che si ripercuote negativamente sulla maggior parte dei soggetti che operano quotidianamente sul territorio. Nessuno vuole sminuire l'ambito del turismo, anzi, ma è fondamentale inquadrarlo a parte in quanto è mondo diverso da trattare in maniera diversa, con effetti e ricadute diverse sul territorio. Il caso Eurovision è stato emblematico. L'area main stage del Village al Parco del Valentino è costata centinaia di migliaia di euro e ha proposto eventi a ingresso gratuito con una programmazione prevalentemente di basso livello, rispetto a ciò che gli operatori torinesi offrono durante l'anno, e tutto in centro città. Questo è avvenuto nella stessa città che promette da anni investimenti sulle periferie, che richiede e spesso costringe gli operatori del territorio a organizzare eventi diffusi, collaborazioni, reti e quant'altro. Poi arriva l'occasione per farlo davvero, con delle risorse vere e si decide di accentrare tutto in un unico luogo inadatto ad ospitare eventi e in centro città. Questa storia la dice lunga, non trovi? Serve un dialogo vero tra l'amministrazione e gli operatori del territorio. Siamo ancora lontani. Per quanto riguarda sPAZIO211, invece, aspettiamo di essere coinvolti in un tavolo di lavoro

permanente dove si possa realmente progettare una riqualifica dell'area con tempistiche reali che permettano anche a noi di evolvere insieme al territorio che dobbiamo presidiare, presidio umanitario/culturale, non militare, ovviamente. Anche in questo mi aspetto maggior dialogo e cooperazione con le istituzioni e ribadisco che la programmazione culturale può aiutare a mantenere vivo il territorio, ma non basta.

Alessandro Roggero

Responsabile marketing e social media Hiroshima Mon Amour, presidente Consorzio MUV

Potresti introdurre brevemente il locale, quando è stato fondato e qual è il tuo ruolo?

Io sono qua all'Hiroshima da quasi vent'anni e mi occupo perlopiù della parte relativa alla comunicazione social media e ticketing, quindi più la parte marketing. Però negli ultimi anni sono stato designato anche come presidente di un Consorzio che è nato tra tre locali di Torino, che si chiamano Hiroshima Mon Amour, Spazio211 e OffTopic. Noi abbiamo cercato di consorziarci durante il periodo Covid per uscire un po' da una situazione di impasse burocratico ma anche relazionale di confronto su delle azioni comuni e politiche e amministrative che potevano essere svolte, ma anche per un confronto un po' più serrato che precedentemente avveniva in maniera più sporadica e che abbiamo cercato di mettere a sistema. Questo consorzio si chiama MUV, Musica dal Vivo, ha una validità ma di fatto non ha sviluppato nessuna azione se non cercare di mettere un po' a sistema quelle che sono le tipicità dei luoghi del pubblico spettacolo a Torino. Quindi ho intrapreso questa attività dal 2020 ad oggi a fasi alterne perchè poi quando abbiamo ricominciato a lavorare a tempo pieno abbiamo avuto molto meno tempo, però questa cosa poi è tornata un po' alla ribalta e non so se hai visto nelle cronache degli ultimi giorni la questione della chiusura di Spazio211 che è derivata da un problema più di carattere sociale, che riguarda la periferia di Barriera di Milano che in questo momento ha delle problematiche di carattere sociale, di spaccio, di luoghi che vengono presidiati in una certa maniera. Io sono qua dal 2007, l'Hiroshima esiste dal 1986, la prima sede è stata in Via Belfiore a San Salvario ed era un circolo, dal 1996 invece è stato trasferito in Via Bossoli 83, quindi periferia sud di Torino in zona Mirafiori-Lingotto, ed è stato assegnato all'associazione culturale che fa capo all'Hiroshima questo immobile in destinazione d'uso culturale che era una vecchia scuola degli anni '60 per costruirci e portare avanti la parte del centro culturale che si occupa prettamente di eventi di

musica, spettacolo e produzione di eventi culturali dal vivo. L'Hiroshima opera quindi nella produzione di spettacoli dal vivo, inizialmente di teatro, tu considera che all'Hiroshima di Via Belfiore dall'86 al 96 è nata e cresciuta artisticamente tutta una scena comica dalla Littizzetto, Aldo Giovanni e Giacomo, Albanese, erano tutti una fucina di spettacoli che venivano sviluppati all'interno di quello che a suo tempo era un circolo. Poi è prevalsa un po' la musica nel tempo e quindi la formazione live di concerti e musica dal vivo che è quella che è perdurata di più nel tempo. Per quanto riguarda l'organizzazione in questo momento ci sono 4-5 soci lavoratori che sviluppano la parte di direzione artistica, la parte amministrativa, la parte dei bandi e la gestione del locale, poi ci sono un po' a soffietto almeno 7 dipendenti fissi a tempo indeterminato pieno che a diverso titolo fanno social, ticketing, ufficio stampa, produzione, responsabile tecnico e responsabile bar; a questi si aggiungono poi i lavoratori occasionali, cioè tutto il corpo baristi che lavorano in maniera continuativa, tutto il corpo security e tutte le maestranze dei lavoratori dello spettacolo, quindi tecnici, fonici, facchini, elettricisti, scenografi che però non sono interni. L'Hiroshima è un punto di riferimento per la musica dal vivo a Torino e in Italia, perchè è uno dei 10 locali più longevi della storia della musica dal vivo in Italia; intendiamo live club, ovvero un locale che ha un palco attrezzato che può produrre spettacoli, nel nostro caso dalle 500-600 persone a sera. Ovviamente noi siamo anche un local promoter, cioè oltre a produrre spettacoli all'interno del locale produciamo e ideiamo festival, rassegne, spettacoli a teatro, quindi lavoriamo su un ampio spettro che non è solo quello del locale ma è anche quello della regionalità dello spettacolo; stiamo finendo adesso un festival itinerante che si chiama Attraverso Festival che prende le tre province di Asti, Alessandria e Cuneo, dove abbiamo prodotto più di 40 spettacoli da luglio ad oggi, abbiamo un nostro festival proprietario che si chiama Flowers Festival e si svolge a Collegno

da più di 5 anni con un'area da 7.000 persone con artisti di carattere nazionale e internazionale. Questo fa sì che vediamo la creazione del processo musicale e siamo i primi che cercano di accelerare la musica dal vivo e la cultura in città, perchè abbiamo le antenne e insieme ad altri locali, ognuno nelle proprie peculiarità e dinamiche di capienza tipo Spazio211, il Cap10100, l'OffTopic, il BlahBlah, il Magazzino di Gilgamesh, ci sono diverse realtà che a diverso titolo sviluppano nella propria peculiarità degli spettacoli di musica dal vivo. Diciamo che noi in quella fascia lì siamo il locale a Torino che ha una struttura più longeva e che ha una capienza con un'attrezzatura più professionale sotto tutti i punti di vista, tant'è che per esempio uno dei nostri soci è il presidente di Assomusica, Carlo Parodi, che è l'associazione di categoria per i produttori di spettacoli di musica dal vivo e di concerti.

In che modo la cultura e l'identità di Torino influenzano la programmazione degli eventi musicali?

È ovvio che c'è un influenza su quello che è il tessuto sociale, noi diciamo che ci sono delle wave, delle correnti, c'è stata una wave degli anni '90 da cui sono usciti i Subsonica, gli Africa Unite, tutta una serie di gruppi che hanno influenzato la scena torinese, ma anche nella parte dance gli Eiffel65, Gigi D'Agostino, ci sono delle wave che noi interpretiamo in un certo tipo; per esempio Samuel il frontman dei Subsonica che suonava negli Amici di Roland era partito all'Hiroshima, Casacci che è il chitarrista dei Subsonica era il fonico dell'Hiroshima, in questa contaminazione i Murazzi hanno avuto il ruolo centrale nell'esplosione di questa scena degli anni fine 80-inizio 90. Quindi bisogna fare una lettura di quello che è il tessuto sociale e il tessuto di produzione culturale, in questo momento bisogna anche essere interpreti del cambiamento musicale che sta avvenendo, non ci sono più tantissime band che vanno in sala prove, arrivano col furgone e

suonano, ma magari ti trovi la produzione fatta in casa da ragazzi che fanno più rap, che è un altro linguaggio rispetto alla musica rock, quindi noi dobbiamo un po' mischiare queste cose e tenere un'identità, quindi il fatto di avere una direzione artistica può sembrare una cosa obsoleta ma in realtà anzi è quel valore che ci dà quell'imprinting culturale perché noi non siamo un contenitore che ospita tot concerti, non è come se fosse un palazzetto che chiunque va affitta e fa, qua c'è una linea artistica e probabilmente magari alcuni artisti non li faremo mai perchè non sono nelle nostre corde di background culturale e artistico.

Come vengono scelti gli artisti e le band che si esibiscono nel locale?

Il criterio è una direzione artistica, quindi basata su dei gusti musicali e dei messaggi anche che vengono sviluppati, ovvio che il rapper che inneggia alla criminalità o cose simili è difficile che venga accolto perchè abbiamo una nostra etica, un nostro background che perseguiamo; dopodichè assolutamente siamo molto aperti a tutti i tipi di situazioni in maniera molto laica, però diciamo che la procedura di scelta viene fatta da un direttore artistico che insieme a tutti noi costruiamo una programmazione propria e nostra, che abbia una propria identità. Nella fattispecie noi ci relazioniamo o direttamente con delle proposte che ci vengono fatte da degli artisti che ci contattano oppure andiamo noi a contattare degli artisti qualora troviamo delle cose molto interessanti e questo viene fatto sia in maniera diretta sia attraverso delle agenzie di booking che hanno nel loro roster una serie di artisti che ci vengono proposti e noi, a seconda delle disponibilità alle volte di carattere artistico alle volte economico, scegliamo quello che più ci piace o che ci viene proposto. Questi sono i criteri che ci permettono di avere un programma musicale variegato e ci relazioniamo a più entità possibili a livello di booking perchè magari c'è quella che fa più metal, quella che fa rap, quella che fa l'indie, ci

sono magari delle agenzie un po' più grandi e altre indipendenti, noi diciamo che tendenzialmente lavoriamo un po' con tutti cercando di andare a pescare quello che ci piace finchè possiamo, poi ovviamente deve anche piacere al pubblico e dobbiamo fare delle economie, sapendo qual è il tessuto sociale di Torino che è diverso da quello di Milano, di Bologna o di Napoli.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

La risposta è no, nel senso che i luoghi musicali a Torino sono meno rispetto a prima; diciamo che il Covid ha fatto molto una selezione naturale, chi aveva una buona gestione dei conti e della propria struttura è riuscito a sorpassare il periodo del Covid, grazie anche alle sovvenzioni statali e agli aiuti che ci sono stati, chi non l'aveva non ci è riuscito. Siccome poi dopo il Covid è iniziata molto la questione del riconoscimento giuridico del live club, che in questo momento non è riconosciuto a livello giuridico in Italia, alle volte chi fa musica dal vivo o è un circolo tipo ARCI o è paragonato a un locale tipo disco pub dove c'è la somministrazione come prima e per secondo la parte culturale di spettacolo, quindi trovi un pub con un palchetto dove fanno musica oppure tecnicamente può essere una discoteca, quindi diciamo che non c'è proprio una linea giuridica da questo punto di vista e quindi ci sono diverse forme; in più gli spazi dedicati alla musica dal vivo, alla cultura, 9 su 10 sono spazi comunali dati in destinazione d'uso oppure sono spazi associativi che vengono dati in gestione ma non sono quasi mai spazi di proprietà perlomeno a Torino. Questo comporta che per esempio il nostro è uno spazio della città di Torino in cui abbiamo una convenzione di utilizzo decennale e su cui paghiamo un affitto e su cui abbiamo l'obbligo di sottendere ad un accordo con il patrimonio della città di Torino per cui dobbiamo fare i nostri spettacoli culturali, fare la

manutenzione dello spazio e tutta una serie di cose. Quindi diciamo che ci sono meno spazi, quelli che ci sono hanno sicuramente una buona qualità e sono riconosciuti anche al di fuori della città, c'è una buona qualità dal punto di vista del clubbing inteso come discoteche, come musica elettronica che però è una branca della musica moderna e quindi rientra nella scena musicale; noi facciamo musica dal vivo live, però musica dal vivo è anche il Tomorrowland o il Club To Club o il Kappa Future Festival, è un altro tipo di musica, facciamo tutti più o meno lo stesso lavoro però il clubbing è a dei livelli leggermente più alti, anche se le discoteche negli ultimi anni dopo il Covid hanno subito la stessa variazione di quello che è stato per la musica dal vivo, ci sono meno spazi e quelli che ci sono sono abbastanza professionalizzati, tant'è che noi abbiamo un calendario pienissimo perchè non ci sono alternative con la stessa capienza con questa formulazione di spazio, quindi l'auspicio è che se ne creino di nuovi anche perchè la concorrenza è un bene da questo punto di vista, nel senso che dà un arricchimento alla scena e una multi sfaccettatura della cosa che rappresenta un fervore più ampio, più gente esce più gente fruisce di elementi culturali e per noi è un bene piuttosto che stia a bivaccare; noi non ci riteniamo movida perchè abbiamo una programmazione e quindi diciamo che ci anteponiamo a questa lettura dei luoghi della movida, perchè la movida è un'altra cosa, noi siamo luoghi di presidi culturali che sono anche in zone dove comunque sono dei fari nelle periferie, di modo di operare con procedure e controlli, quindi se vieni in un posto come questo sei in un luogo sicuro, non è una cosa improvvisata e ci sono dei professionisti.

Quali differenze significative hai notato all'Hiroshima e in generale nei luoghi della musica a Torino prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico? Noi siamo passati dal rinnovarci e reinventare tutti i nostri spazi perchè abbiamo visto che con il Covid c'erano delle mancanze a livello logistico, strutturale e ci siamo super adattati, abbiamo fatto un anno di spettacoli seduti e quindi cambiava la prospettiva dello spettatore, abbiamo temperato tutte le prescrizioni che ci sono state date nel tempo, mascherina si e mascherina no, seduti distanziati, seduti un posto sì e uno no, insomma ci siamo adattati a tutte le varie norme e finalmente quando siamo tornati in piedi con la massima libertà abbiamo visto che c'era un'enorme voglia di ritorno alla normalità e un'enorme risposta verso la musica dal vivo e chi aveva una struttura societaria congrua e sana è riuscito a tenere botta perchè da un lato sono arrivate le sovvenzioni, dall'altro è stato anche catalogato a livello ministeriale il mondo del pubblico spettacolo e quindi sono stati fatti dei passi avanti; per esempio noi siamo entrati nei programmi triennali del FUS, il Fondo Unico per lo Spettacolo, al quale prima del Covid accedevano solo i teatri lirici e le compagnie di teatro e la musica extra colta, quindi l'opera e anche i cinema; quindi questa cosa qua ha influenzato la sopravvivenza e la sostenibilità, però ci sono state sì delle chiusure permanenti di alcuni luoghi che non sono riusciti a sopravvivere, non ci sono state enormi aperture ma questa cosa qua non ha cambiato sostanzialmente la programmazione. È ovvio che c'è una fascia d'età, tipo gli over 40, che hanno recepito il Covid in maniera differente e hanno avuto magari un'inflessione nella fruizione dell'evento culturale perchè c'è stata un po' più di onda lunga, mentre i ragazzi 20-30 volevano uscire a tutti i costi e quindi sono tornati alla grande. I cambiamenti sono stati perlopiù procedurali, cioè abbiamo aggiunto un po' di procedure ed è diventato tutto più digitalizzato, per esempio un cambiamento epocale è stato nella parte di acquisto del biglietto, tutti sono stati più abituati ad avere un qr code sul telefono ma perchè è derivato dal Covid e dal fatto che bisognasse avere il pass; quindi c'è stata quella predisposizione alla parte più digitale, anche perchè molti sono andati in smart

working, se prima si presentavano 100 persone in cassa a comprare il biglietto direttamente adesso tutti hanno il biglietto sul telefono per evitare code, per smaterializzare, per fare più velocemente, per non avere contatti anche con il Covid. Quindi non è cambiato come ospitare un evento musicale ma sono cambiate delle piccole procedure, magari se prima tutti andavano a cena e si mangiava a buffet adesso ognuno ha il suo piatto, oppure per esempio gli hotel degli artisti se prima tutti dormivano in doppia adesso dormono in singole quindi sono anche aumentati i costi, però di base la struttura lavorativa è cambiata in maniera di digitalizzazione dei processi sia di acquisto sia di lavoro. In alcuni casi sono state cambiate cose a livello strutturale, tipo l'accessibilità dei bagni, il fatto ovviamente di avere l'igienizzazione totale, l'aerazione e quindi queste piccole cose sono state affrontate a livello strutturale e sono state approntate come opere a livello del locale di adattamento.

Come affrontate le sfide economiche, come i costi operativi e la concorrenza? Ci sono iniziative di supporto?

Allora di sfide economiche fortunatamente noi abbiamo visto che cè molta voglia e quindi è ovvio che bisogna sempre bilanciare quello che sono la qualità e i costi. A livello economico costa tutto di più anche perchè fare i tour e gli spettacoli è una cosa costosa, vuol dire movimentare persone, merci, strumenti, logistica, hotel che sono aumentati, la benzina è aumentata, quindi questo ha influito ovviamente sul costo del biglietto per l'utente finale. Quindi come avrai notato anche a livello europeo i concerti sono diventati molto più cari, non ci sono più concerti da 10 euro ma li trovi normalmente a 20-25-30; questo vuol dire che parli ad una fetta di gente più piccola che ha un portafoglio che può fruire ed è il motivo per cui noi attraverso i bandi pubblici e privati, attraverso gli aiuti del ministero, le fondazioni bancarie, c'è tutto un sistema per cui si cerca di calmierare i prezzi e fare delle operazioni in cui; è

vero che da una parte metti il concerto di magari Tananai a 35 euro ma dall'altra magari riesci a fare anche delle attività come dei reading o piuttosto delle attività di concerti dove le tieni gratuite o a prezzi calmierati per coinvolgere una fascia di popolazione più ampia, perchè il nostro pubblico di riferimento è quello da 10 a 100 anni, sia che siano nel nostro quartiere che in tutta Torino che in tutto il Piemonte. Il nostro è anche un luogo accogliente, nel senso che noi facciamo delle operazioni sociali culturali, quindi ci sono delle cose a perdere e delle cose a guadagno, il bilancio è che essendo un'associazione culturale che gestisce un luogo parliamo sempre del no profit come abito, quindi quello che c'è lo reinvestiamo nelle nostre lavorazioni e nell'offerta che diamo, nel luogo e nello sviluppo. Mantenere un'offerta di qualità vuol dire spendere ma non sempre, vuol dire anche attivare progetti, attivare il cervello e attivare reti, questa è la cosa che porta sostenibilità, nel senso che se c'è una rete di confronto dove tutti dicono che una certa cosa costa troppo e ci rifiutiamo tutti, magari costerà meno e diventerà sostenibile, oppure per quanto riguarda le reti energetiche se io ho bicchieri riutilizzabili per mia etica dove faccio i bicchieri a cauzione, se invece di acquistarli io da solo li acquistiamo in 10 locali, probabilmente quella cosa costa meno e diamo un messaggio etico di sostenibilità ambientale e bella della scena notturna dello spettacolo dal vivo. Quindi ci sono tante sfaccettature che contribuiscono a mantenere un'offerta di qualità tenendo l'aspetto economico che è importante ma non essenziale. Per esempio noi abbiamo vinto il bando dei Punti Verdi della città di Torino negli ultimi 2 anni, dove bando vuol dire offrire un'offerta culturale ai cittadini che abbia una prevalenza di eventi gratuiti e di eventi culturali che siano teatro, musica e spettacolo dal vivo. Quindi bisogna mantenere un po' questa alchimia e fare un'offerta che coinvolga le associazioni culturali del territorio, una filiera che possibilmente magari non è proprio a km 0 ma a km 10, e che produca del lavoro e professioni che crescano grazie al luogo. Da qua sono passati

tecnici e operatori che magari trovi adesso a lavorare coi Coldplay o magari è passato un fonico che ora è il fonico dei Rolling Stones. Questa è l'idea di costruzione di un tessuto sociale lavorativo e che poi ti dà un riconoscimento storico e un valore culturale e sociale.

Secondo un report dell'Osservatorio Culturale del Piemonte, che raccoglie i dati sullo spettacolo dal vivo in Piemonte nel triennio 2019-2021, ciò che emerge è che le rappresentazioni dal vivo sono passate da 11.349 nel 2019, poi a 3.979 nel 2020 e successivamente a 6.583 nel 2021, con una variazione del 65,4% tra gli anni 2020 e 2021, quindi la ripresa c'è stata ma lentamente. Come mai?

Il triennio 2019-2021 ovviamente è stato un disastro, si sono abbassate le rappresentazioni perchè sono diminuiti i luoghi. In realtà noi non abbiamo diminuito le rappresentazioni da quando siamo ripartiti ma c'è stata anche un'oculatezza nella scelta, non si fa tutto ma si fanno le cose fatte bene, fare una selezione di pochi ma buoni. Detto questo noi abbiamo aumentato i nostri giorni di spettacolo durante l'anno, ovviamente questo vuol dire anche un aumento di fatturato e quindi la ripresa c'è stata, è stata lenta ma è sempre un segno molto più positivo rispetto agli anni precedenti, cè stata una grossissima risposta in termini di pubblico. Se quei dati lì invece che sulle rappresentazioni le guardi in termini di pubblico che durante l'anno è andato a fruire di un evento culturale, musicale, diciamo che è un segno molto più positivo. Per esempio un mercato che sempre nell'ambito culturale ha dato un segno positivo è il teatro, uno che invece sta dando segni completamente di inversione è il cinema, se immagini tutte le piattaforme tipo Netflix, le offerte accessibili a tutti, al cinema hanno dato una botta incredibile, è davvero in discesa libera in termini di partecipazione di pubblico, poi magari sono rimasti più aperti e fanno più difficoltà perchè hanno un paracadute di sovvenzioni che era diverso da quello che avevamo noi e che

stiamo acquisendo, e il teatro uguale, il teatro è sempre in salute però aveva già un suo paracadute istituzionalizzato.

In che modo sono stati sostenuti gli artisti locali e gli operatori del settore musicale durante il periodo di crisi?

Ci sono state varie sovvenzioni ma il lavoro più difficile è stato quello di catalogare gli operatori dello spettacolo perchè erano lavoratori in partita IVA, in cooperative, molte volte avevano dei codici ATECO che non corrispondevano all'effettivo lavoro che facevano e quindi in questi anni di pandemia è stato fatto un grosso lavoro di identificazione delle professioni dello spettacolo e di messa a sistema. Poi sono arrivati gli aiuti, alcuni ce l'hanno fatta a tenere il proprio lavoro e alcuni hanno dovuto cambiare lavoro.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale e il ruolo che Hiroshima potrebbe svolgere nella ripresa post-pandemica? Come vedete il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

Il nostro contributo alla vita culturale di Torino è stato quello di tenere la luce sempre accesa il più possibile, appena c'era uno spiraglio noi aprivamo e per quello che potevamo davamo lavoro a noi stessi e agli altri; quindi appena c'era uno spiraglio e si poteva aprire con 10 persone noi aprivamo, anche se era antieconomico.

Le aspettative per il futuro sono quelle di avere una città con sempre più fervore e questo dipende sia da noi sia da come procede lo sviluppo della città; la città deve essere sempre più accessibile, movimentata, accogliente, turistica ma vissuta allo stesso tempo, deve essere una città universitaria, ecosostenibile, "biciclettabile", con dei pullman che viaggiano di notte, tutto questo sistema rende la città vivibile e rende il sistema più fruibile, quindi deve essere una città sicura, dove c'è la possibilità di affittare e di comprare, dove non ci

sono prezzi che vanno alle stelle, ci sono tante cose che contribuiscono allo sviluppo futuro della rivitalizzazione urbana. Noi possiamo essere un elemento e siamo a disposizione delle attività dell'ente pubblico e regionale e delle fondazioni bancarie.

Tra l'altro c'è uno studio del Politecnico a cui ho contribuito, che si chiama "Mover Movida: ripensare la notte", commissionato dalla città al FULL, The Future Urban Legacy Lab, centro interdipartimentale del Politecnico di Torino e all'Università degli Studi: noi abbiamo fatto una serie di workshop ed è venuto fuori un ragionamento di questo tipo e sono stati sentiti tantissimi attori come l'ARCI, gli organizzatori di eventi, di serate, chi fa progettazione culturale, cioè tutto il mondo che gravita intorno alla notte che può gravare sui problemi della movida, quindi avere dei luoghi che siano dei presidi culturali che fanno delle attività di proposta e che vengono incentivati in maniera tale che l'offerta al pubblico sia il più variegata possibile e non vadano per esempio tutti in Piazza Santa Giulia a bere, quella roba lì non la risolvi, ma la puoi diversificare avendo una proposta culturale più ampia e avendo i mezzi pubblici, le bici, i parcheggi, tutta una serie di cose infrastrutturali che concorrono alla buona riuscita del progetto. Io sono stato quello che ha fatto con la GTT il progetto del Night Buster, l'autobus notturno che gira a Torino dall'1 alle 5 nel weekend a va verso Piazza Vittorio e le periferie; questa qua è una rete di autobus notturni che gira tutto l'anno ed è l'unica rete che collega la periferia al centro di Torino in maniera sicura.

Gianluca Gozzi

Fondatore ed ex direttore artistico Spazio211, fondatore ed ex direttore artistico Blah Blah, direttore artistico TOdays Festival, promoter

Potresti introdurre brevemente il tuo ruolo?

Allora il mio ruolo lo scopro di giorno in giorno perchè purtroppo in Italia questo è un lavoro in cui improvvisi sul futuro nel momento in cui esiste. Detto questo, negli anni da ragazzo ho ideato e creato Spazio211, che prima era un banale centro di incontri periferico della città, negli anni '90 abbiamo cominciato a frequentarlo, il nome l'abbiamo ideato agli inizi degli anni 2000, abbiamo fondato un'associazione e quindi diciamo che nel 2010, quindi nei primi vent'anni di storia di Spazio211, io ne ho condotto la programmazione artistica, la direzione, la gestione, tutto anche proprio dal punto di vista materiale. Dopodichè ho ideato, creato e gestito il Blah Blah, un altro locale in centro a Torino in Via Po, che tutt'ora continua a fare programmazione musicale e non solo, che ho gestito dalla fondazione e l'inaugurazione nel 2011 fino a quattro anni, poi l'ho ceduto alle persone che lavoravano con me, e dopo diverse esperienze con altri festival dal 2015 mi occupo di organizzare proprio quello che è il festival della Città di Torino che è il TOdays Festival. Quindi in questo momento il mio ruolo è direttore artistico, logistico e produzione di TOdays oltre a fare il promoter e quindi organizzare vari concerti a livello locale, dalle OGR al Teatro della Concordia a Venaria, Hiroshima Mon Amour e un po' tutti i luoghi della musica.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale? Alcuni gestori di locali intervistati hanno detto che Torino ha molto potenziale ma mancano spazi adeguati e hanno avuto una grossa risposta di pubblico post Covid, invece Marco Ciari sostiene che gli spazi ci sono e sono adeguati, ma maca la domanda.

Tutte e due le cose sono connesse ovviamente, nel senso che l'Italia in generale, e Torino in particolare, è un paese in cui questa professione dello spettacolo dal vivo si basa abbastanza sull'improvvisazione, nel senso non è una professione riconosciuta; io stesso se all'anagrafe voglio registrarmi come organizzatore di spettacolo dal vivo non esiste questa professione. L'abbiamo visto anche durante i tempi della pandemia, vieni trattato come quello che fa sorridere, non è una professione riconosciuta, quindi anche i luoghi dove questa professione viene esercitata in tutte le sue forme, da chi organizza, da chi suona, da chi si occupa della logistica, da chi la promuove, sono luoghi improvvisati, cioè non esistono a Torino, ma abbiamo visto tendenzialmente in Italia, luoghi costruiti apposta per fare musica e se esistono sono di natura di musica per teatri, musica classica e musica da camera, ma se parliamo di musica contemporanea, popolare, pop non esistono luoghi, non esiste un live club creato apposta per essere un live club, quindi fondamentalmente sono luoghi che si improvvisano, dove la musica si sente così così, dove magari il palco si vede così così, dove i servizi connessi dal bar ad altro sono così così. Che i luoghi esistano in termini di potenzialità è il grande problema di Torino. Torino è una città che ha infinite potenzialità ma che tali rimangono e quindi inespresse, dunque peggio che non averle, nel senso che io la definisco come una città di porto senza il mare, poiché è una città dove c'è tanto fermento, con tante potenzialità come in un porto con tante persone che si parlano e si connettono, ma poi manca il mare attorno; quindi non mi interessa se ci sono tanti locali e tanti luoghi vuoti che potrebbero avere infinite potenzialità, perchè c'è una burocrazia e un impedimento nello spettacolo dal vivo che rende impossibile che quei luoghi diventino luoghi per fare musica fatta bene. Manca un pubblico perchè non c'è cultura, la musica dal vivo soprattutto negli ultimi anni non fa parte del patrimonio culturale di un paese che ormai chiama cultura delle cose che non lo sono, chiamiamo cultura qualcosa che ha a che fare prevalentemente con l'intrattenimento, cioè eventi preconfezionati dove vai, sai esattamente quello che succede, quanto paghi, sui social capisci tutto

quanto, è tutto molto costruito, mentre invece la cultura ha a che fare più con l'istruzione, con la formazione, andando a vedere un concerto in un locale, andando a teatro, andando al cinema tu formi te stesso, le tue idee, le tue relazioni con l'altro, ti formi come persona, ovviamente arricchisci il tuo patrimonio. Quindi la cultura ha a che fare con quello ma questo è un paese dove è impossibile fare impresa culturale, cioè mettere insieme la parola "imprenditoria", quindi in generale fare economie, e "cultura", nel senso che si pensa che dalla cultura non si debba guadagnare, non ci debbano essere soldi da reinvestire, è impossibile fare appunto impresa culturale e quindi non c'è mercato, se non c'è mercato vuole dire che non c'è pubblico, che alimenta poi quel mercato lì.

Quali differenze significative hai notato nella pianificazione e organizzazione del tuo festival prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

Allora la pandemia in generale è stata una grandissima occasione persa, nel senso che da un evento negativo si sarebbe potuto trasformare in far emergere tutte le difficoltà di questo settore dello spettacolo dal vivo, che è un ambito completamente falsato che si basa su dei paradossi. Per esempio uno dei paradossi è quello per cui ci vuole massimo sforzo per ottenere un minimo risultato: la condizione del cosiddetto sold out, cioè del tutto esaurito in un locale quando fai un concerto, è ad oggi in Italia la condizione minima e necessaria per andare a zero e non per guadagnare, e quindi mi connetto a quello che ho detto prima ovvero l'impossibilità di fare impresa culturale; se io organizzo un concerto e faccio sold out io vado a zero, cioè lavoro gratis, quindi vuol dire che non c'è margine di guadagno ma c'è solo margine di perdita, invece bisognerebbe fare il contrario ovvero minimo sforzo per ottenere massimo risultato. La pandemia avrebbe potuto dimostrare quello, facendo capire che, quando vedi un artista sul palco, dietro ci sono tutta una serie

di maestranze, ognuna con un ruolo, dall'ufficio stampa, da chi fa il fonico, chi fa lo scenografo, che sono professioni vere e proprie e non vengono riconosciute.

L'altro paradosso che è emerso con la pandemia è che l'offerta supera la domanda, cioè questo è un paese in cui ci sono più cose di quelle che servono. C'è più gente che suona di gente che va ai concerti, c'è più gente che scrive libri di gente che li legge, questa è una cosa che è completamente sbagliata perchè va a saturare un mercato. Il talento non è una cosa democratica, non tutti abbiamo talento, tutti hanno diritto a suonare ma non tutti necessariamente su un palco in un locale, mentre invece questo è un paese in cui "Sisi vieni c'è un concorso, serve gente" e avanti tutti come al circo, quindi tutti quanti pensano di avere le capacità di stare su un palco, e facendo così ci sono troppe cose, ci sono più concerti di quelli che servono, di quelli che il pubblico si può permettere di pagare e dovrebbe essere il contrario, soprattutto dopo la pandemia. L'offerta culturale dovrebbe rispondere a una domanda reale e concreta del territorio, e non sovrapporle, rispondere con una visione, con un'idea, con una determinazione.

Quindi tutte queste sono state occasioni sprecate, perchè durante la pandemia ci si è concentrati sul distribuire ristori a tutti quanti; tra l'altro il settore della musica dal vivo è stato uno dei pochissimi che non ha avuto una rappresentanza insieme unita, persino i parrucchieri scendevano per strada a manifestare, per la musica dal vivo al di là di qualche associazione emersa, di qualche contestazione, sono stati troppo disuniti, troppi interessi che non collimavano tra di loro. Quello che è cambiato è che molte persone che facevano e che tentavano di fare quel mestiere, purtroppo durante la pandemia l'hanno dovuto abbandonare, si sono dovuti inventare un'altra professione, come fare il facchino, lavorare per Glovo, Amazon o altro, quindi oggi è più difficile trovare maestranze che sappiano fare, non più in maniera troppo approssimativa, il lavoro. Spesso negli eventi è difficile trovare fonici e tecnici competenti perchè

sono pochi ormai rimasti e come dicevo prima ci sono troppi eventi perchè ce ne sono più di prima, tutti hanno preso i ristori e tutti ora devono fare eventi pure nel paesino in provincia.

Dal punto di vista del pubblico è cambiato il fatto che ovviamente le economie sono ridotte, chi deve spendere ha ancora di più un potere economico ridotto che deve concentrare, quindi spesso magari soprattutto d'estate se va a vedere un concerto grande di un artista come Sting dove spendi 150 euro, è difficile che poi vai a vedere altri concerti e questo va a ricadere soprattutto su concerti piccoli e medi, cioè di artisti magari non così conosciuti al di là della qualità in Italia.

Quindi è cambiato che sempre di più le persone non osano su quello che non conoscono, quindi è sempre più difficile proporre artisti che non abbiano già una fanbase, un pubblico consolidato che li segue. La conseguenza è che avremo eventi sempre più sbiaditi di cose che abbiamo già visto, mentre di nuovo che invece all'estero emerge in maniera preponderante, qua non passa proprio.

Dal punto di vista economico avete ricevuto degli aiuti?

Se parliamo nello specifico di TOdays no, ma è un festival istituzionale cioè è un festival della città di Torino quindi, non essendo un privato, usa dinamiche diverse. Dal punto di vista generale di festival sì, durante la pandemia sono stati distribuiti enormi quantitativi di ristori, che spesso sono stati superiori rispetto ai soldi che avrebbero guadagnato facendo festival, quindi si è creato quest'altro paradosso per il quale durante la pandemia molti hanno guadagnato più di quello che avrebbero guadagnato se avessero lavorato. Ma sono stati distribuiti a pioggia, cioè senza un criterio che riguardasse la qualità, la quantità, quindi tutti hanno preso soldi su tutto; questo vuol dire che la pro loco che organizzava la sagra del paese o l'animazione del villaggio turistico è stata messa allo stesso livello magari di un organizzatore di concerti di natura diversa, quindi tutto uguale,

tutto resettato e quindi chi aveva i mezzi e la capacità è rimasto con meno, chi invece non aveva la capacità ha ricevuto più mezzi e ha cominciato a improvvisarsi abbassando la qualità media di tutto.

C'è stata una collaborazione con altri festival, organizzazioni o istituzioni per affrontare le sfide della pandemia?

Quest'anno il TOdays ha avuto una nuova riedizione, negli anni si è molto trasformato, un po' per scelta e un po' per necessità, diciamo che ha utilizzato un po' tutto l'asse nord della città come luoghi quindi, oltre a Spazio211 che è il luogo principale come palco mainstage, poi un secondo mainstage nell'area ex Fabbrica Incet, abbiamo utilizzato anche altri luoghi come la piscina di Parco Sempione, il Docks Dora, il Parco Peccei, tutta una serie di luoghi di proprietà delle associazioni del territorio, insomma l'idea di coinvolgere quell'energia che su questo territorio esiste, quindi avere tutta una serie di luoghi che fanno sì che il festival sia un'esperienza immersiva, dove non è solo un palco e un artista che si esibisce, ma sono tante cose in tanti luoghi diversi che dal primo pomeriggio fino a notte fonda si susseguono per far vivere un'esperienza unica.

Come vengono scelti gli artisti e le band che si esibiscono?

Qua ci sono due tipi di risposte. La risposta più romantica è che vengono scelti ovviamente con una visione, nel senso che chi cura la direzione artistica cura letteralmente una visione e una narrazione, in questo caso il TOdays parla del presente, del contemporaneo, quindi un mix di cantanti che rappresentano l'oggi, che andranno nel domani, piuttosto che artisti di ieri che però nell'oggi transitano con la loro arte e unicità, quindi raccontano delle cose e vengono scelti anche in base a quello, vengono scelti anche in base al fatto di avere un cartellone coerente in termini musicali, in termini di attitudini, di come stanno sul palco, in

termini anche di tipologia di artisti, nel senso che magari cerchiamo di proporre artisti che abbiano delle cose nuove da raccontare, non fare l'ennesimo concerto di un artista che ha suonato la settimana prima in un altro locale, quindi qualche cosa che nel quotidiano è difficile da vedere.

La risposta più concreta è che invece spesso i festival in Italia, non solo il TOdays, si riducono a fare gli artisti che ti puoi permettere di pagare e che ci sono in tour in quel momento in cui tu fai il festival, perchè l'Italia non è un paese da festival e quindi non ha un pubblico che pareggi un mercato, quindi diventa difficile e bisogna creare un mix sapiente tra quello che vorresti fare e quello che invece puoi permetterti di fare.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

TOdays è un festival che ad oggi ha tra le 10.000 e le 20.000 persone di cui 49% arrivano da altre regioni e da altri paesi, la metà, e quindi bisogna avere varie strategie, alcune sono online quindi la comunicazione attraverso tutti i canali social, web, attraverso vari influencer e varie connessioni, alcune invece sono offline quindi tutta la comunicazione cartacea, con manifesti, affissioni, con eventistica connessa e quindi attraverso altri locali e luoghi in Italia, ma fondamentalmente è un festival che riesce nel corso dei vari anni a crescere e assumere un'identità per la comunità di riferimento, è anche un po' il passaparola che alimenta il pubblico che sa che suona quell'artista in quel momento e quindi lo segue. La comunicazione è sicuramente una parte importante ma più che il cosa è il come che è importante.

In che modo il festival contribuisce alla vitalità culturale e all'identità della città di Torino? Quali obiettivi e prospettive hai per il futuro del tuo festival e per la scena musicale torinese?

Torino ha varie identità culturali quindi contribuisce nel senso che questo festival è riuscito ad avercela un'identità, perchè spesso non è così scontato, esistono tanti eventi, locali, luoghi che non hanno un'identità, magari sono un minestrone, un contenitore, semplicemente di intrattenimento; mentre invece creare un'identità cioè che vai lì perchè c'è quella cosa e c'è solo lì, è quello l'obiettivo. Quindi contribuiamo soprattutto avendocela un'identità, nella quale quella comunità di riferimento con la quale si dialoga che frequenta il festival si riconosce e quindi cresciamo tutti insieme.

Gli obiettivi futuri sono continuare a esistere, che sembra scontato ma lo è tutt'altro, potersi consolidare ancora di più ampliando le cose che si ha da dire, le famose potenzialità che dicevamo all'inizio, quindi renderle concrete e non soltanto inespresse e soprattutto poter allargare la comunità di riferimento, quindi cominciare ad avere un posizionamento non solo a Torino, non solo in Italia che ha già, ma anche all'estero, perchè accresce proprio il valore culturale, e quindi mettere Torino al centro del mondo e portare il centro del mondo a Torino.

Daniele Citriniti

Fondatore OffTopic e ResetFestival, direttore creativo The Goodness Factory, manager Eugenio in Via di Gioia

Potresti introdurre brevemente il locale, quando è stato fondato e qual è il tuo ruolo?

Io sono un membro del Direttivo del Torino Youth Center che è un'associazione di secondo livello che contiene al suo interno tre associazioni capofila, tra cui The Goodness Factory e Cubo Teatro. Associazione che ha un progetto che si chiama OffTopic, all'interno degli spazi dati in concessione dal Comune di Torino per lo sviluppo di un Centro del Protagonismo Giovanile in Via Pallavicino 35. Nello specifico io seguo, insieme alle altre realtà, prevalentemente la parte di direzione artistica e poi tutti i vari ruoli del direttivo, come soggetto responsabile della progettualità, però diciamo che il mio ruolo è molto legato alla parte creativa, di PR, di direzione artistica, ma non sono il direttore artistico nel senso che non cè una figura che fa ciò, ma c'è una direzione artistica mista portata avanti dalle singole associazioni e poi c'è un team che si occupa di coordinare.

OffTopic è un centro culturale ibrido, non c'è solo musica e non è un live club, comprende qualsiasi tipologia di espressione artistica, sicuramente performativa che è il nostro principale core, ma non solo, anche di divulgazione sul valore del contemporaneo, tutto ciò che può portare avanti un discorso culturale e sociale. Quindi cè musica, cè teatro, cè danza, cè cinema, letteratura, poesia, stand up comedy, tutto quello che rappresenta i valori di OffTopic e che ne è un'espressione di tipologia artistica e culturale, quindi di approfondimento, di dibattito, dialogo ed esplorazione rispetto ai temi. Quindi poi in parte siamo noi magari a ideare dei format o degli eventi e metterli in piedi, oppure altre volte ci arrivano delle proposte dall'esterno e noi diamo lo spazio, mettiamo a disposizione le nostre competenze e volentieri ospitiamo anche realtà esterne. Non c'è un genere, nel senso che noi abbiamo ospitato dalla musica classica alla musica jazz alla musica pop, la musica cantautorale, elettronica, la direzione è sulla possibilità di espressione soprattutto di musica originale; però OffTopic ha

anche un po' questa natura che è proprio insita nella sua creazione come spazio e progetto di essere "off" di qualcosa, di essere la versione roots anche delle cose più auliche, da noi sono venuti dal Conservatorio, dal Teatro Regio, dal Torino Jazz Festival, da tutte le realtà più istituzionali a fare cose diciamo in versione underdog, quindi un po la cifra artisticamente è questa. Come anche ospitiamo un format che è in collaborazione con Il Salone del Libro, quindi fuori dal contesto più ufficiale comunque "OffTopic" è "fuori tema" in inglese, quindi è un po' il concetto di portar fuori e sperimentare delle cose in diverse vesti.

In che modo la cultura e l'identità di Torino influenzano la programmazione degli eventi musicali?

Assolutamente si, una cifra è anche molto quella del territorio, nel senso che ovviamente essere legati al territorio non vuol dire ospitare solo artisti torinesi, vuol dire pensare che noi siamo espressione anche del territorio e che possiamo portare valore al territorio. Prendiamo valore e restituiamo valore in una dimensione circolare, ci ispiriamo e ispiriamo.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

Qua il tema è che bisogna metterla su due piani. Nel senso che, se noi facciamo un semplice paragone tra Torino di 20-40 anni fa e Torino oggi e le andiamo a quantificare e valutare da un punto di vista quantitativo senza un'interpretazione, non ne sono certo ma ti posso dire che secondo me di posti per suonare se non sono altrettanti ce ne sono di più, e ti posso anche dire che da un punto di vista qualitativo probabilmente si suona meglio, sono più attrezzati, ci sono più competenze, più hardware. Però questo credo che possa valere in generale per il mondo, nel senso che la tecnologia ci porta ad avere dei costi minori rispetto a degli

molta più gente che fa musica, anche chi la fa non live ma dietro ad uno schermo, quindi c'è molta più produzione di musica, poi magari è fatta in digitale e non in uno studio di registrazione, però comunque credo che da questo punto di vista non si possa dire che sono diminuiti gli spazi. Banalmente se ti fai una passeggiata il pomeriggio in Via Roma, il centro di Torino è invaso da gente che suona e lo spazio c'è, le possibilità per farlo ci sono, concerti ce ne sono, cè sicuramente tantissimo fermento. La questione è che il fermento cresce e proporzionalmente dovrebbero crescere le opportunità: uno spazio culturale per poter offrire un'opportunità credo che debba investire, nel senso che l'opportunità è un investimento, per esempio noi ad OffTopic abbiamo il ResetFestival che è 15 anni che esiste e continua a dare opportunità; è un festival completamente gratuito, completamente sostenuto da partners che ci credono, gli artisti che partecipano non pagano per la formazione e per tutte le attività, un festival che in una settimana costa intorno ai 50mila euro è un investimento importante sul valore, sulla scena, su questo fervore, però è faticosissimo. Quindi il discorso è che, se il settore dello spettacolo dal vivo è in una situazione di sofferenza e fatica e non si riesce a pensare ad una prospettiva, ad una progettualità, ad una coerenza di programmazione, a cose un pochino più rischiose e di lanciarsi, se appena fai un passo falso ti spezzi una gamba, appena ti spezzi anche l'altra hai finito di camminare. Quindi qua il discorso complesso secondo me è che è una città di porto senza il mare o comunque con un mare molto salato, molto tiepido, sporco, che non arriva abbastanza vicino alle rive, poi si può andare ad analizzare di chi siano le responsabilità o di chi possano essere le soluzioni, e questo è ancora un altro discorso, però io credo che le possibilità ci siano per fare le cose, le opportunità mancano un po' perchè c'è poco

impianti che suonano meglio, sia più semplice oggi

trovare un fonico capace di fare certe cose rispetto

a magari gli anni '80 che ce n'erano tre a Torino. Si

è sicuramente allargato il mercato della musica, c'è

investimento nel settore e quindi siamo un po' tutti con l'acqua alla gola. Dobbiamo pensare magari a stare in piedi fino al prossimo mese, invece di pensare a stare in piedi per i prossimi dieci anni. Dire che non è possibile fare imprenditoria musicale è una balla perchè si può fare, il discorso invece è che è molto difficile sperimentare in ambito artistico. Oggi siamo nel periodo storico in cui una band di ragazzi di 20-30 anni riempiono gli stadi in 4 anni di carriera, non si può dire che non si possa fare imprenditoria musicale perchè quella certo che è musica, e quindi ci sono molte più opportunità di mercato, ma quel tipo di musica è un tipo di musica dignitosa, legittima, con tutte le carte in regola per essere una musica con la M maiuscola come tante esplosioni musicali che ci sono state. Il mercato c'è, è un mercato che cresce, che crea impresa, il tema è che è un mercato che risponde alle logiche del mercato, non alle logiche di qualità della democrazia, del benessere delle persone, del livello di formazionecompetenza, che magari in altri Paesi invece si è un po mantenuta questa cosa qua, invece noi come settore ci siamo dati in pasto al mercato. Sicuramente questa è una responsabilità del settore, che se la tua imprenditorialità è quella di sperimentare, rinunci e sacrifichi delle opportunità che potresti avere perchè non corrispondono; se l'obiettivo di un brand di scarpe è fare scarpe sostenibili e ad un certo punto deve decidere se continuare a fare scarpe sostenibili o cominciare a fare scarpe in plastica inquinante, lì è una sua scelta. Quindi sicuramente è un tema di settore, poi che le politiche nazionali, locali, pubbliche e private, non riescono a credere abbastanza al valore della cultura, della sperimentazione, della contaminazione, del fallimento come una politica sociale industriale per un paese, questo però è qualcosa che è talmente in alto ed è talmente un discorso di cultura e di pensiero collettivo popolare, che oggettivamente è come se ci fossimo abituati a mangiare il cibo junk food del supermercato, invece che andare a cercare cibo di un certo tipo, pagarlo un po' di più, cercarlo e sbattersi per trovare quella

cosa in mezzo agli scaffali e ti limiti al junk food, sicuramente sopravvivrai ma ne risentirà la qualità della tua alimentazione e del tuo benessere. Quindi secondo me ci sono molti discorsi legati alla questione dell'imprenditorialità, non è vero che l'imprenditoria musicale non si può fare, il discorso è che musica e che percorso e qual è l'obiettivo. Se l'obiettivo è l'imprenditorialità, oggi è facile, il discorso è cosa, se vuoi fare quello che vuoi tu o quello che vuole il mercato, devi rispondere a una domanda o devi proporre la tua idea e capire a chi interessa? Questa è la differenza.

In altre interviste mi è stato detto che in Italia è impossibile fare impresa culturale perchè il mondo della cultura e dello spettacolo musicale viene visto come solo intrattenimento.

Certo, però un conto è l'imprenditoria e un altro l'impresa culturale. Il discorso dell'impresa culturale è un discorso di trasformazione di un settore che dall'essere un settore di volontariato, visto molto come un settore non produttivo, dovrebbe allinearsi anche alle esperienze all'estero e alle evoluzioni del mercato; noi tra l'altro siamo anche in ritardo come Paese rispetto alle direttive europee, ci dobbiamo allineare rispetto al fatto che sia un'impresa, ma sia un'impresa non profit oppure profit ma in ambito culturale. Fare impresa oggi in ambito culturale è difficile.

Ma l'impresa musicale è un'altra cosa perchè la musica non è solo sperimentazione, contaminazione, ma è anche un prodotto di consumo, di intrattenimento, di divertimento, come non tutta la discoteca è intrattenimento, c'è anche il clubbing musicale; quindi che sia clubbing, che sia musica classica, che sia musica pop se l'obiettivo è di percorso culturale, di emancipazione, di un certo linguaggio e di ricerca si parla di cultura, se è rispondere alla domanda con un'offerta pensata come prodotto di consumo allora si parla di consumo, poi puoi usare il teatro, la danza, il cabaret, ma sempre consumo è, poi a volte cultura e consumo possono incontrarsi.

Quindi oggi se parliamo di consumo musicale e culturale siamo in una situazione dove c'è molta domanda, se parliamo di produzione e diffusione, sperimentazione e ricerca invece siamo messi molto male, che è un po' quello che succede con l'università; se parliamo oggi di università, quella italiana è molto buona ma se parliamo di ricerca ci viene male perchè purtroppo la ricerca non è ancora considerata abbastanza un valore produttivo per la qualità della democrazia. Però poi ci sono i privati, le grandi aziende e le multinazionali che invece l'hanno capito, i privati che investono tantissimo sulla ricerca, però poi i brevetti sono loro e il valore rimane a loro.

Quindi qua è un discorso di varie falde acquifere, c'è quella del pubblico e quella del privato, quella del consumo della cultura, quindi del benessere fisico psicologico e sociale, e quella del consumo inteso come avere un prodotto a tua disposizione. Oggi siamo in un periodo storico in cui queste due realtà coesistono, non solo per la musica e la cultura ma per tutte le possibili imprese che l'uomo può fare, siamo in questa situazione perchè siamo in un sistema neo liberista. Probabilmente in Nuova Zelanda, in Giappone o in India è diverso, ma in questo mondo è così.

Un altro tema emerso è quello della domanda e dell'offerta: da un lato i locali intervistati hanno riferito di aver avuto un grande riscontro di pubblico post pandemia, dall'altro Marco Ciari e Gianluca Gozzi hanno fatto emergere il problema dell'offerta superiore alla domanda.

Ci sono dei dati SIAE ed economici locali, nazionali e internazionali che dicono che la domanda è cresciuta. Il tema è che ovviamente dipende dalla proposta, dall'offerta, è vero che c'è molta meno disponibilità di un tempo, o comunque ce n'è sempre meno, per spendere o anche solo investire il tempo in qualcosa di nuovo e sconosciuto o comunque di particolare. Se io ti propongo il concerto di Madonna o dei Pinguini Tattici Nucleari o altri tu sei disposto a spendere 200 euro

o più e fai sold out, se io ti propongo una cosa un po più di nicchia, particolare, di un certo tipo di sperimentazione che però ti genera un'esperienza nuova e inaspettata, allora su questo probabilmente oggi è molto difficile, perchè c'è meno curiosità. Abbiamo talmente tanta offerta, alla quale la domanda risponde e anche bene, che le piccole gemme che magari uno cerca di seminare per provare ad offrire un'esperienza diversa, nuova, particolare hanno bisogno di essere lavorate a livello di comunicazione e di identità talmente tanto che magari in alcuni casi non ce la fanno, questo sia a livello di produzione che a livello di programmazione. Quindi hanno ragione entrambi, nel senso che dipende cosa fai, come lo fai e qual è l'identità e il ruolo in cui ti posizioni. Sulla base di quello c'è qualcosa che è molto cresciuto e qualcosa che magari sta diminuendo, non c'è un male in uno o nell'altro, chiaramente il fatto che un certo tipo di curiosità e voglia di scoperta e di fiducia rispetto a un'identità, una linea, un modo di fare cali, è sempre parte di questo discorso, dove c'è sperimentazione c'è sofferenza, è tutto legato a questo.

Nel nostro caso come OffTopic abbiamo avuto un buon riscontro al rientro, con tutte le difficoltà del caso. Credo sia dato dal fatto che OffTopic ha un'identità molto forte, quindi se vai all'OffTopic è perchè vuoi andare lì, non vai in un altro posto perchè non ce n'è un altro che abbia quel tipo di ambiente, di attività, di programmazione e di atmosfera; poi per il fatto che abbiamo lavorato bene e dall'offerta che abbiamo fatto, che risponde al target più ampio possibile in coerenza con la nostra mission culturale e di sperimentazione. Abbiamo fatto un sacco di sperimentazione, anche cose che non sono andate bene, però hanno generato del valore che ci ha permesso di reinvestire su qualcos'altro.

Abbiamo lavorato molto bene sulla parte di bandi e finanziamenti, su tutto quello che era il modo di riuscire a recuperare economie dai ristori, da prestiti, cercando di avere un'infrastruttura capace di reggere quella crisi. Non siamo arrivati alla fine in ginocchio e questo ci ha permesso di rialzarci un po più facilmente, se invece fossimo arrivati in ginocchio, come sono arrivati in tanti, sarebbe stato molto più difficile e magari avremmo avuto meno opportunità di riuscire ad offrire qualcosa di un certo tipo di qualità che quindi ha continuato a dire "L'identità di OffTopic è quella e ci torno". Magari a volte, tagliando di qua e di là, uno invece non ce la fa, uno magari fa una proposta un po' più facile, un po' più fuori dall'identità artistica sbagliando e magari il pubblico non torna e allora poi diventa un problema, devi lavorare di più e investire di più. Nulla inizia e finisce con uno schiocco di dita, sono trend e bisogna cercare di portarli sull'onda il più possibile senza perdere la mission che ha il tuo progetto. Secondo me da un certo punto di vista è vera per entrambi questa cosa, dipende da cosa offri e quanta possibilità di investire hai. Sicuramente le istituzioni non aiutano tantissimo da questo punto di vista.

Durante il Covid siete riusciti ad accedere al fondo Extra Fus?

Sì, il FUS è una misura e per chi programma eventi a biglietto funziona, aiuta; è un finanziamento però "a pioggia", perchè quando si parla di ricerca e sperimentazione, analisi e dati, informazioni e conoscenza, si parla sia di un lavoro che deve fare il settore ovviamente ma sia di un lavoro che dovrebbero fare le istituzioni. Come fai ad aiutare e sostenere se non conosci i soggetti che devi sostenere, finanziare ed aiutare? Loro non li conoscono, non avevano la più pallida idea di che cosa stavano parlando, per loro hub, discoteca, locale, cocktail bar, live club più o meno nell'ambito della ristorazione, per loro questa è un'unica famiglia. Ma come fai a mettere insieme tutte queste anime? Non puoi. Per loro, per il Ministero cè una non conoscenza di come funzionano questo tipo di situazioni, sanno come funziona il Teatro San Carlo, però non sanno come funziona il nostro settore di cultura contemporanea. Come fare a farli muovere, a meno che non arrivi un

giorno un ministro illuminato che ha conoscenza? Bisogna unirsi, fare fronte comune e informarli, dare loro informazioni, far capire che ci sono elementi che devono prendere in considerazione e l'unità è l'unico modo per farsi sentire, perchè singolarmente nessuno di noi è la Stellantis, che tutti ascolterebbero subito se avessero un problema perchè sarebbe un problema per lo Stato Italiano. Quindi è una questione di scale e di capacità di coesione, e il nostro settore purtroppo di coesione ne ha sempre avuta molto poca.

Infatti anche durante il Covid è emerso come il musicista e lavoratore dello spettacolo del vivo non era neanche riconosciuto con un codice ATECO, era abbandonato a se stesso, e quindi è venuto fuori il problema di come è trattato l'artista.

Sì il problema è che l'artista spesso è trattato in maniera diversa rispetto a come dovrebbe essere, a volte sotto lo stesso codice ATECO vengono messe cose che hanno anime differenti, non ci sono una serie di nuove forme, nuove realtà, nuove tipologie di luogo soprattutto e conseguentemente anche nuove misure di sostegno, anche fiscali. Perchè l'editoria nei libri paga il 4% l'IVA e noi dobbiamo pagare il 10%? Questa cosa non l'ho mai capita. Poi per carità paghiamo il 10% sui concerti e non il 22% di IVA, però perchè qualcuno deve pagare 4% e noi 10%? Perchè quello è un settore che produttivamente si è fatto più sentire e che probabilmente è più riconosciuto, l'editoria letteraria rispetto all'editoria musicale, ci sono delle misure diverse.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale e il ruolo che OffTopic potrebbe svolgere nella ripresa post-pandemica? Come vedete il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

Il futuro della musica torinese lo vedo sempre più legato alla produzione, alla immersione di talenti, di competenze e nuovi linguaggi musicali e artistici, nuove forme di espressione, nuove modalità di rappresentazione artistica. Credo che il potenziale di Torino sia questo, sia fare, produrre, anche un po' con quest'anima industriale che abbiamo ereditato dalla storia dell'automotive, e su questo c'è tanto potenziale. Poi ovviamente magari produci e metti anche in scena, però c'è tanto sulla produzione secondo me.

Dall'altra parte coraggio nel sociale e politico, nel pensare che sia una città che possa identificarsi come una città della musica, finchè non cè una visione non succederà. Non è serendipity, è proprio il fatto che se non c'è una visione, non ci si allinea in un percorso comune; quindi se la politica non la vede questa cosa, per quanto come dire la società possa andare in quella direzione, il vestito di Torino rimarrà un vestito diverso. La gente viene a Torino magari perchè c'è l'ATP, per il Museo Egizio, per andare poi nelle Langhe il weekend, per visitare Palazzo Reale, per il Salone del Libro, però poi il motivo per cui la gente torna, per cui ne parla bene, per cui la sera va in giro e dice "Che bella Torino" è per la vita che c'è in giro, per la qualità, per quello che scopre e che la sorprende, perchè non c'è mai niente di fermo a Torino e tanto è di musica; forse dovrebbe esserlo ancora di più, dovrebbe essere più produttiva da un punto di vista di cose che nascono, di idee in ambito artistico e musicale, e a quel punto però serve che qualcuno accenda un faro e dica "Questa è Torino" e sicuramente non può essere il singolo, deve essere una collettività e anche una visione politica. Allora tra 10-15 anni mi vedo Torino così. Credo debba essere una città aperta, una piattaforma dove far atterrare e ripartire tutto, non che rinchiude in un recinto.

Emanuele Ansermino Ex direttore artistico Jazz Club,

Ex direttore artistico Jazz Club, co fondatore di Band Management

Potresti introdurre brevemente il tuo ruolo e la storia del Jazz Club?

Io ho iniziato ad operare negli spazi del Jazz Club nel 2009 in virtù di direttore artistico, motivo per il quale fondamentalmente abbiamo creato un palinsesto. Il Jazz Club è nato da una profonda passione per la musica, il suo fondatore è il jazzista Fulvio Albano, presidente e sassofonista. Questo spazio, nato nel pieno centro di Torino, è di proprietà della GTT sul quale è stata data una concessione comunale ventennale sugli spazi per meriti artistici. Al che si è partiti con una programmazione, l'idea era quella di creare una sala concerto con anche una parte di somministrazione, andando di fatto a ripercorrere le orme di quelli che sono i jazz club storici a livello mondiale; si guardava all'epoca ai jazz club newyorkesi, visto che tutta la cultura jazz nasce dal blues che ha le sue radici in America, quindi un luogo in cui ci si potesse ritrovare per ascoltare musica dove però, come ancora è oggi in alcuni posti, si può anche mangiare qualcosa, questa era l'idea di partenza.

Si è partiti, la programmazione ha avuto un suo corso, e mano a mano il progetto ci ha messo un po' di tempo a prendere piede perchè comunque, e di questo siamo molto fieri, era una cosa che non esisteva all'epoca a Torino, c'erano stati degli episodi precedenti come lo Swing Club di Ninni Pezza, dei club storici che hanno fatto parte della cultura locale, lì in quegli spazi c'è stato Armstrong, c'è una storia incredibile. Capolinea 8 era un altro locale che tra l'altro adesso sta rinascendo, ma a parte questi esperimenti non ce n'era nessuno che prevedeva un palco davvero importante con un pianoforte a coda, con un'amplificazione fatta in un certo modo, cioè che permettesse all'ascoltatore di ascoltare musica jazz ad alti livello.

Siamo subito partiti con una programmazione internazionale perchè il fondatore del Jazz Club ha vinto anche un bando europeo della Comunità Europea, per cui con i fondi si è potuti partire con una grande programmazione che in città non si era

mai vista, ti parlo del 2011-2012-2013, anni dove ci sono stati nomi che mai più sono tornati in città come Tom Arell, Stanley Jordan, sono dei nomi pazzeschi di tutta la musica jazz. Mano a mano si è affiancata l'idea della somministrazione alimentare, quindi avendo anche il ristorante, la parte di somministrazione di bevande per permettere ai clienti anche di bere e mangiare qualcosa durante lo svolgimento del concerto. Da lì si è continuato a programmare e ad andare avanti con concerti legati sia al territorio sia non.

Successivamente ho poi fondato una società che si chiama Band Management con la quale facciamo organizzazione di eventi e ci siamo messi un po' io e il mio socio, a cui avevo già appaltato due serate al Jazz Club, a curare tutta la parte corporate di eventi aziendali e così via; facciamo anche matrimoni, feste private e quant'altro e ci occupiamo sempre di programmare tutta la parte artistica in virtù dei contatti che ho acquisito in tutti questi anni di programmazione al Jazz Club, e in più stiamo mettendo a punto un service per fare anche la parte di amplificazione. Quindi è rimasto tutto sempre nell'ambito musicale, poi ogni tanto collaboriamo ancora con locali, programmiamo serate, però è una cosa che è entrata più in seconda battuta adesso perchè, proprio come dicevi nelle domande che ho letto, c'è stata una ripresa dopo il Covid ma non come ci si aspettava.

L'unica cosa che è cambiata è che invece di essere nella posizione di direttore artistico di un locale, siamo in una condizione in cui invece veniamo chiamati per organizzare eventi da aziende, in maniera esterna; invece di lavorare con una programmazione di 350 concerti l'anno com'era prima, perchè comunque con il Jazz Club per più di un'anno siamo stati tra i live club più attivi d'Europa quando c'era la nostra gestione, adesso invece è diverso perchè ti chiama Bmw, Cartier, il consorzio San Daniele dei prosciutti e quindi vai ad organizzare dei concerti e delle cose per loro.

In che modo la cultura e l'identità di Torino hanno influenzato la programmazione degli eventi musicali?

Dal punto di vista musicale Torino è sempre stata una scuola di grandissimi musicisti jazz, questo perchè abbiamo il Conservatorio tra le tante altre scuole, abbiamo la Jazz School di Torino storica che adesso si è trasferita in Via Baltea, e quindi c'è sempre stato uno scambio tra i musicisti di Torino e il Jazz Club, questo perchè appunto noi abbiamo sempre attinto al panorama locale e abbiamo dato ampio spazio a tutti quelli che sono gli artisti della città. Potrei farti tanti nomi, ci sono grandi pianisti che hanno suonato in tutto il mondo e che hanno studiato al Conservatorio di Torino. contrabbassisti, batteristi, ce ne sono migliaia, quindi la grande fortuna è che dal punto di vista artistico si è formato un grosso legame tra la comunità degli artisti di Torino e il locale, sempre negli anni 2010-2015 circa.

Dal punto di vista del pubblico anche, nel senso che il pubblico all'inizio era un po' scettico nei confronti di questo spazio, giustamente ci ha messo un attimo ad apprezzarne la genuinità e la passione, ma una volta che se n'è reso conto si è dato il via a qualcosa che prima mancava nella città e quindi ha funzionato e anche con il pubblico si è creato uno scambio. Avevamo un pubblico che spaziava, la cosa bella del Jazz Club che ricordo con più piacere era che avevamo un pubblico che partiva dai 17 anni ai 90 e quindi diciamo che si è creato questo scambio sia con il pubblico sia con i musicisti della città che ha contraddistinto quello che era il Jazz Club in quegli anni, cioè un posto in cui potevi andare e ascoltare un po' di musica; ma quello che trovavi era anche un ambiente eterogeneo, sapevi che se andavi lì magari, non era come il Centralino per dirci, dove tu vai e sai che hai a che fare con una clientela che va dai 16 ai 25 anni, al Jazz Club invece potevi trovare lo studente universitario così come l'ultra ottantenne che si ascoltava la musica.

Come venivano scelti gli artisti e le band che si esibivano nel locale?

Noi abbiamo sempre cercato di dare ampio spazio ai musicisti della città e ci siamo riusciti tranquillamente, poi sempre per correttezza ti parlo del periodo 2009-2018 pre pandemia, dopodichè il locale ha cambiato gestione e oggettivamente c'è stato un cambio netto di criteri nella scelta. Quello che noi abbiamo fatto, quindi nel nostro periodo di gestione, è sempre stato quello di dare ampio spazio ai musicisti locali così come ad artisti internazionali che abbiamo ospitato, da coriste di Sting, coriste di Phil Collins, piuttosto che grandi nomi internazionali, chitarristi e così via. Abbiamo cercato di fare un balance, si cercava sempre di avere almeno 2-3 concerti internazionali grossi al mese, dove magari uno metteva un piccolo biglietto di ingresso a 5 euro, visto che stiamo parlando di un locale che aveva 5-6 giorni di programmazione a settimana quindi davvero c'era un grosso lavoro, e negli altri giorni funzionava un po' come ti dicevo che arrivavano i musicisti a proporsi; magari arrivava il pianista che mi diceva "Vorrei venire a suonare con il mio trio" e si cercava di incastrare la cosa sempre con un dialogo molto aperto, non c'era una rigida formalità del tipo "Manda la mail al direttore artistico", e questo forse mi avrebbe anche semplificato la vita col senno di poi, però comunque sì c'è stato sempre un dialogo molto aperto con i musicisti tant'è che tuttora ci sono dei rapporti di amicizia che durano da tantissimo ed è stata gestita così la cosa molto tranquillamente. Poi ovviamente loro mi inoltravano tutto il materiale, io creavo l'evento Facebook, non eravamo ancora nel periodo di Instagram nè tanto meno di tutto il gruppo Meta o Tiktok, quindi il canale principale di diffusione era Facebook; veniva quindi creato l'evento Facebook, si aggiornava il sito e da lì si sapeva di dover dare visibilità all'evento e al musicista, si stabiliva il cachet e via.

I criteri con cui venivano scelti i musicisti erano criteri personalmente miei in qualità di direttore artistico e si cercava di fare in modo che, coloro che si andavano ad esibire su quel palco, fossero dei professionisti e non dei dopolavoristi, cioè nel senso musicisti che si procacciavano da vivere solo suonando, e questa cosa chiaramente mi ha dato anche delle problematiche ma è stata una scelta e così era.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale? Da un lato alcuni gestori dei locali intervistati dicono che manchino spazi adeguati oltre a quelli principali, tuttavia loro hanno avuto un grande riscontro di pubblico post pandemia, dall'altro Marco Ciari sostiene che gli spazi ci siano ma manchi il pubblico.

Ti do il mio personalissimo parere, mi hanno intervistato durante il lockdown per una rivista che si chiama Jazz. It, una rivista di riferimento per il panorama jazz, e mi hanno fatto la stessa domanda. Il discorso è che durante il lockdown ci ricordiamo tutti gli hashtag #celafaremo, #saremomigliori, #soffriamo ora per rinascere come le fenici domani, tutti discorsi così e va bene; tra i musicisti ci si divideva un po', c'era il musicista che decideva di non suonare, della serie #togliamolamusica così facciamo in modo che il pubblico si renda conto di quanto si sta male senza musicisti, e c'era chi invece faceva questi live streaming tutti i giorni per continuare a fornire musica al pubblico, queste erano le due grandi fazioni.

Poi è partito il discorso di Conte che aveva detto "Questi cari musicisti che tanto ci divertono" quando si parlava di dare dei sussidi, perchè ricordiamoci che nel primo periodo il musicista non aveva una posizione ATECO e quindi non aveva diritto ad alcun tipo di sussidio, che è una cosa assurda.

Dopodichè riapriamo tutto, ovviamente c'è stato un picco ma perchè quando tu fai un anno di zero, anche tu che sei a casa appena ti dicono che puoi uscire è chiaro che riempi i locali, vai a bere, vai a mangiare, perchè hai incassato meno ma hai speso poco e hai comunque portato a casa delle liquidità e hai voglia di uscire, quindi la gente è uscita e ha inondato i locali.

Quindi la mia analisi è, sì è vero c'è stato un picco dopo ma come dice Marco Ciari a Torino al tempo stesso questo picco non è indicativo per come la vedo io perchè ripeto, stai blindato in casa per un anno dopo una pandemia globale, quando ti aprono i cancelli è chiaro che andresti ovunque pur di poter uscire. Quindi la mia personale interpretazione è che questo picco, che hanno notato e ti hanno dato questa risposta giustamente i gestori dei locali, perchè i gestori dei locali vedono incasso zero e poi vedono un picco di afflusso di gente e incasso +100, e quindi sì c'è stato un grosso ritorno, ma per come la vedo io non è un dato indicativo e in questo ha ragione Marco Ciari, perchè non bisogna valutare quello ma l'onda lunga, cioè un anno dopo quindi a fine 2021 inizio 2022 come si è attestato il flusso di pubblico, quello è il dato importante.

Ho visto nelle domande che anche tu noti questa cosa, tu vedi che c'è una ripresa, poi c'è un abbassamento e un periodo di stallo, quello è il dato a cui secondo me faceva riferimento Marco Ciari, perchè vedere i picchi non è indicativo, i picchi ci sono perchè sei stato chiuso in casa e quindi ripeto la gente va ovunque, l'ho notato anche io in giro con gli eventi, improvvisamente tutti chiamavano per organizzare cose. Però come diceva giustamente Marco, questo non ha fatto sì che la mentalità delle persone sia cambiata, l'italiano ha la solita sensibilità che aveva prima, anzi forse è anche un po' peggiore rispetto alla musica e infatti un altro tema scottante è perchè invece di farci questa domanda non ci domandiamo quali sono i cachet dei musicisti dopo il Covid?

Perchè io ho avuto tanti feedback di musicisti che mi dicevano che già prima pagavano poco, ma adesso i ristoratori pagano ancora meno, anche se alcuni di questi in realtà poi hanno preso più sussidi di tutti, quindi pagano magari 40 euro, e allora questa è la vera domanda da farsi, come è trattato l'artista post Covid e soprattutto, come diceva giustamente Marco Ciari che ha una visione ampia, la mentalità del pubblico torinese qual è?; paragonata ad un abitante di Copenaghen o di New York, qual è la mentalità? L'idea è che è lì il problema, quello a cui fa riferimento Marco è quello, le strutture ci sarebbero anche, è un problema di sensibilizzazione ed educazione del pubblico. È un po' come dire, ed è un dilemma che noi all'epoca quando facevamo i concerti internazionali ci siamo posti: noi siamo uno spazio comunale, cioè siamo uno spazio della GTT e abbiamo una concessione comunale, abbiamo questo grande ospite che arriva dall'America e ti giro la domanda, hai 100 posti a sedere e cosa vuoi fare? Lo fai venire e lasci l'ingresso libero permettendo quindi a chiunque di godere della sua performance oppure metti un piccolo biglietto d'ingresso per far sì che il pubblico dia il giusto peso all'esibizione? Perchè è anche questo un dilemma, fare i grandi eventi in piazza totalmente gratuiti come è stato fatto negli anni con Jazz Festival e non solo, va molto bene ma poi succede che al cittadino comunichi che tutto sia gratis, che tutto sia bello e quando poi il piccolo gestore di locale fa un concertino e ti chiede 5 euro, il torinese si lamenta perchè dice di aver visto un altro evento gratis e non vuole pagare quei 5 euro. Quindi è una situazione molto delicata, molto spinosa e io concordo con Marco Ciari.

Quali differenze significative hai notato nel Jazz Club prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

Durante il Covid ero ancora alla direzione artistica del Jazz Club e poi sono uscito subito dopo. Durante il lockdown il problema principale era quello di capire intanto come tenere in piedi l'attività, perchè non si sapeva ancora nulla dei sussidi, e dall'altro lato dei musicisti come ti anticipavo si sono create queste due grandi fazioni ed è una cosa che magari in pochi ti diranno perchè non riguarda l'aspetto gestionale dei locali, ma

riguarda l'aspetto puramente artistico; quindi c'è chi ha deciso di chiudersi in se stesso e dire usiamo questa occasione per far vedere alla gente come si sta senza musica, e cè chi invece faceva 680 live streaming al giorno per mantenere alta la soglia di attenzione del pubblico, per non disabituarlo per quel poco che era abituato alla musica. Noi come Jazz Club abbiamo fatto un paio di live streaming che hanno avuto un bel successo con per esempio Federico Castello, che è quel cantante che è arrivato in finale a X Factor allievo di Mika, avevamo visto che il pubblico era molto attento e aveva interagito tanto. Ovviamente anche lì un po' la riflessione è che durante il lockdown ci sono stati centinaia di business che sono nati online, perchè nella storia dell'umanità quando ti ricapita di avere tutta la gente tutto il giorno a casa chiusa dentro, quindi per esempio molti streamers hanno cominciato a crearsi una vita perchè hai magari 200.000 persone che ti guardano mentre streami mentre giochi a COD, quindi sono nati tanti business in quel periodo, motivo per cui secondo me la musica a parte casi tipo Beyoncè che fa live streaming piuttosto che nomi così, a parte realtà così grosse quello che ho notato io nell'ambito cittadino è che questi live streaming non hanno avuto un grande successo.

C'era molta incertezza, molta paura sul futuro, non si sapeva che cosa avrebbe fatto il governo, il musicista si sentiva completamente abbandonato e quindi lì torniamo alle basi, cioè se sei una persona che di famiglia sta bene va bene, se sei una persona che invece sopravvive solo con la musica e non hai basi economiche che ti supportano indipendentemente dal tuo lavoro allora hai un problema. Diciamo che durante tutto il Covid, perchè comunque i sussidi per i musicisti sono arrivati alla fine, però sì c'è stato assolutamente un disinteresse da parte del governo verso quello che era la parte artistica, come ti dicevo prima non verso la parte di somministrazione e di gestione dei locali perchè i sussidi comunque sono arrivati, ma invece per i musicisti non è arrivato niente e quindi loro per un anno sono rimasti abbandonati.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale torinese nella ripresa post-pandemica? Come vedi il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

Sicuramente la scena musicale torinese è variegata e io penso che sia questo il momento di tirare un po' le somme come dicevo prima, nel senso nel 2021 abbiamo avuto un grande picco dopo il Covid e va bene, adesso che ci siamo fatti tutto il 2022 e tutto il 2023 è il momento di valutare su cosa ci siamo assestati, nel senso come livello di partecipazione del pubblico, livello di condivisione da parte del pubblico degli eventi musicali, questo va valutato adesso, adesso vanno tirate le somme da parte anche dai gestori e proprietari dei locali. È il momento di capire dove la pandemia ci ha portato dal punto di vista musicale.

Io credo che la condizione del musicista non sia personalmente migliorata, c'è sempre quella linea dove l'interesse economico del gestore del locale, ed è un altro nodo molto spinoso, va a toccarsi con il musicista. A parole siamo tutti bravi a dire che bella la musica, ma parlo anche per me perchè anche io all'epoca in quanto direttore artistico dovevo decidere, è chiaro che ad un certo punto arriva quel punto; quindi il grosso nodo è, se siamo tutti bravi a dire che apprezziamo la musica, che la amiamo e che la vogliamo ospitare, se poi però non siamo pronti a scommetterci economicamente allora è un po' problematica la cosa ed è un cane che si morde la coda. Se tu vai a New York nei grandi jazz club i musicisti vengono pagati pochissimo, ma questo perchè c'è talmente tanto flusso di turismo che lo stesso musicista viene chiamato magari 20 volte quel mese e quindi a fine mese ha un suo cachet. Qui in Italia non funziona così, all'estero è normale pagare una quota per entrare in un locale, come ti confermeranno anche le altre persone che intervisterai in Italia non è così, qui la gente digerisce un po' la formula dell'up to you e basta, cioè metti quanto vuoi e allora cosa fai metti 1 euro, 20 centesimi o se no metti 5 euro se sei proprio di manica larga e fine.

Se tu mi chiedi degli scenari per il futuro, io uno dei motivi per cui ho deciso di passare all'organizzazione corporate privata e per i Comuni, perchè adesso abbiamo vinto dei bandi per la programmazione di città come Chivasso, di produzione artistiche estive e non estive, quindi iniziare a lavorare con i Comuni e le istituzioni e con le aziende, la mia risposta è anche un po' quella, cioè non penso che in Italia ci siano ad oggi le basi per poter creare davvero qualcosa di forte. Ci sono persone che durante il Covid si sono davvero impegnate per cercare di cambiare le cose, tra queste Daniele Citriniti di OffTopic che ha provato a sensibilizzare le istituzioni con il suo progetto "Io sono la musica che ascolto". Secondo me attualmente non è roseo il panorama, poi magari qualcun'altro avrà un punto di vista diverso.

Alberto Corrado

Co fondatore e direttore artistico ARTeficlO Music Club

Potresti introdurre brevemente il locale, quando è stato fondato e qual è il tuo ruolo?

Io sono il co-fondatore dell'Arteficio nonché ad oggi direttore artistico, come formazione in realtà sono un musicista, se non sapessi suonare e se non riuscissi a dare una valutazione, a capire di musica e fare musica non potrei fare il direttore artistico. Ho fondato l'Arteficio con un gruppo di persone nel 2017, la sede era questa palazzina qua di fronte che ha chiuso a novembre 2022, quindi noi da novembre non siamo più lì; questo dove ci troviamo ora, Estate in circolo, è il nostro spazio estivo. La nostra mission è sicuramente quella di promuovere musica e cultura, in primis cercando di fare una linea musicale e trattare delle serate non convenzionali, noi ci siamo incentrati molto su dei generi ben specifici che sono jazz e blues, quindi black music, questo perchè secondo noi a Torino mancava un po' questa proposta. Secondo noi anni fa non mancavano gli spazi musicali a Torino, ma mancavano un po' gli spazi d'elite, dove effettivamente la musica fosse valorizzata. Era pieno di pub che facevano suonare magari cover band e tribute band, e mancava tutta un po' quella che era musica d'elite fatta da professionisti, quindi jazz e blues, tanti artisti internazionali e musica suonata veramente. Noi siamo un circolo affiliato ARCI e ci siamo focalizzati su quello e abbiamo cercato di proporre qualcosa che nessuno riusciva a proporre, con un target medio alto perchè abbiamo collegato al nostro centro culturale la somministrazione di cibo e bevande, che può avvenire solo se c'è un evento culturale, quindi la somministrazione è a supporto dell'evento culturale. La vedevamo difficile proprio per sostenibilità unire la somministrazione al target se avessimo proposto per esempio musica hip hop, che ha un pubblico prettamente giovanile di 20-25 anni, perchè la possibilità di spesa non è quella di un 40enne. La nostra mission era proprio quella di ricreare un club musicale, sulle orme di quello che è il Blu Notte.

In che modo la cultura e l'identità di Torino influenza la programmazione degli eventi musicali?

C'è molta collaborazione tra noi e altri spazi musicali a Torino, noi operatori della musica ci troviamo costantemente a tavoli di lavoro per capire che cosa va e cosa non, che cosa fare, uno diventa l'incastro dell'altro perchè se io propongo una serata blues non vado a metterla nel calendario di Spazio211, perchè quello vorrebbe dire dividerci un pubblico, quindi magari è meglio mettere serate in date diverse. C'è molta collaborazione anche sull'identità dei nostri spazi e siamo molto etichettati, per esempio Spazio211 è molto sull'underground e rock, noi siamo blues e jazz quindi magari guardiamo più al Jazz Club Torino che ha una programmazione molto simile, Cap10100 si guarda più con Hiroshima Mon Amour più che altro per la capienza degli spazi, quindi insomma conviviamo molto bene e tra tutti cè una completezza sul target e sui generi musicali che proponiamo.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

Io essendo musicista ho avuto l'opportunità di toccare con mano gli spazi e capisco cosa c'è in giro, cosa manca e cosa serve. Quello che manca è sicuramente come vengono trattati gli artisti, gli spazi non sono nettamente funzionali dal punto di vista acustico, sono spazi che nascono per la musica quindi perlomeno sia chi suona sia il fruitore della serata deve andare lì essendo consapevole di ascoltare un concerto, come se io andassi al cinema con uno schermo piccolo e un impianto sonoro non adeguato, e invece tanti spazi non sono adeguati.

Da direttore artistico mi rendo conto che, per quanto gli imprenditori nel settore musica facciano sforzi, a volte non c'è mai il sostegno e l'aiuto degli enti, o meglio c'è ma non è abbastanza. Su questa location, Estate in circolo, noi abbiamo vinto dei bandi scrivendo un progetto sulla location ed è arrivata disponibile post Covid, questo era uno spazio di pertinenza dell'anagrafe ed essendo particolarmente vicino a noi, per aver perso le stagioni dentro durante la pandemia ha richiesto agli spazi culturali di rifarsi quella finestra temporale 2019-2022, e quindi riaprire nel 2021 gli spazi pertinenti al Comune per poter allestire e fare manifestazioni con ovviamente il sostegno da parte del Comune e di fondazioni della cultura. Ci hanno dato la possibilità di lavorare, ovviamente noi ci siamo interfacciati con i nostri fornitori per le attrezzature e tutto quanto, abbiamo fatto tutto quello che stiamo facendo ma è sorto che non possiamo farlo come dovremmo; nel senso che là c'è installato un microfono che misura in decibel, quindi sostanzialmente stiamo proponendo dei concerti ad un livello sonoro nettamente basso rispetto a quanto dovrebbero. Questo fa sì che c'è una difficoltà nel suonare da parte dei musicisti, d'altra parte c'è la difficoltà dell'ascoltatore di percepire le cose in maniera adeguata; quindi a monte secondo me, per quanto il Comune ci abbia dato la possibilità di lavorare in estate da quattro anni, però questo posto non è ideale per quello che stiamo facendo, io sto lavorando ma con tante difficoltà.

Quali differenze significative hai notato nell'Arteficio e in generale nei luoghi della musica prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

Sicuramente è stato un grosso spavento, ci siamo adattati secondo me bene e non, nel senso che abbiamo iniziato a lavorare su fronti che prima ci erano sconosciuti, quindi bandi e progetti che ci hanno permesso di pensare di poter fare la nostra iniziativa, se prima eravamo chiusi in quattro mura, all'esterno. Quindi se non ci fosse stato il Covid questa cosa non l'avremmo mai captata e messa in atto, è stato un po' guardarsi fuori dalla finestra. Per quanto riguarda il sostentamento ci sono stati

tanti enti pubblici che ci hanno aiutato con i fondi.

Come vengono scelti gli artisti e le band che si esibiscono?

Sicuramente conta il curriculum di un artista, indifferentemente che sia singolo o una band, viene giudicato su quante serate fa durante l'anno ed è molto importante dove le fa; per intenderci se nel mese di settembre vuole concordare una data da me ma 10 giorni prima era all'OffTopic e 20 giorni prima al Blah Blah, è ovvio che non possiamo farla a settembre perchè siamo tutti locali che sono a 5km l'uno dall'altro e sarebbe una stupidaggine. Un altro fattore di giudizio è ovviamente il rapporto qualità-prezzo.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

Noi abbiamo la nostra social media manager interna, di cartaceo niente perchè negli anni si è perso un po' l'utilizzo del volantino e poi siamo anche ambientalisti, poi la gente ormai sta sui social ed è più facile e immediato raggiungere il pubblico, piuttosto che un volantino che ti metti in tasca e butti. La comunicazione parte sempre da noi in coordinamento con l'artista che ospitiamo e c'è sempre un layout non solo grafico ma proprio sulla comunicazione, con un tone of voice specifico, uno studio negli anni sul target e anche su quali canali sfruttare.

Quali sono le aspettative per il futuro della scena musicale torinese nella ripresa post-pandemica? Come vedi il vostro contributo alla vita culturale di Torino?

Attualmente l'Arteficio si trova in una situazione complessa, non abbiamo più un presidio culturale ma spazi diffusi, quindi stiamo collaborando con diverse realtà, nelle prossime settimane ricollocheremo parte degli eventi al Mercato Centrale, che diventerà la nostra sede settimanale per gli eventi, c'è quindi l'idea di ricreare un nuovo

polo culturale in una zona attualmente molto bella di Torino ma non animata. Abbiamo fatto difficoltà a trovare un'altra sede idonea, per esempio avevamo richiesto un capannone qui di fianco di 600 metri quadrati molto bello, sarebbe venuto un Hiroshima 2 in centro a Torino, ma c'è stata una difficoltà assurda nel coordinarsi con il Comune. Abbiamo un altro spazio in una zona molto bella di Torino, dietro Moncalieri nella parte collinare, e c'è volontà di creare lì il nuovo polo culturale.

Laura Tori

Ufficio Stampa MiTo Settembre Musica

Potrebbe introdurre brevemente il festival, qual è il suo obiettivo e qual è il suo ruolo?

Il festival a Torino è nato nel 1978, è stato solo a Torino dal 1978 al 2006 con ovviamente un'evoluzione al suo interno, nel senso che all'inizio il festival era soltanto con concerti a ingresso gratuito principalmente nelle chiese e di musica barocca; il festival è nato in occasione dell'ostensione della Sindone e quindi dall'aspettativa di parecchie persone che sarebbero venute in città. Tieni presente che il contesto in quegli anni era molto diverso, attualmente turisti e visitatori sono quotidianamente in città, invece nel 1978 la situazione era molto diversa; e quindi per questa ostensione della Sindone per un lungo periodo, circa 40 giorni, dopo 25 anni che non era stata esposta, ci si aspettava parecchia gente in città. Allora la Giunta Comunale e il Sindaco e l'Assessore alla Cultura dell'epoca decisero che poteva essere una bella idea offrire ai pellegrini e ai visitatori che arrivavano in quel periodo, oltre alla possibilità di vedere la Sindone, anche di avere dei concerti nelle chiese del centro. Questo anche perchè, sempre grazie alla Sindone, c'erano dei fondi da destinare alle attività collaterali all'evento religioso. Doveva durare un anno, ma il successo fu tale, non solo dei visitatori ma soprattutto dei torinesi che si riversarono nelle chiese, che è durato 45 anni e c'è ancora adesso.

Poi il festival si è sviluppato: a partire dal 1982 sono stati introdotti dei concerti con il biglietto, quindi non utilizzando solamente le chiese ma anche altri luoghi deputati a fare concerti, come il Teatro Regio, l'Auditorium della RAI, il Conservatorio Giuseppe Verdi, quindi tutte le sale dove tradizionalmente si faceva musica classica e opera.

Come valuta la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale? Da un lato alcuni gestori dei locali intervistati dicono che manchino spazi adeguati oltre a quelli principali, tuttavia loro hanno avuto un grande riscontro di pubblico post pandemia, dall'altro Marco Ciari sostiene che gli spazi ci siano ma manchi il pubblico.

Ti manderei l'elenco di tutte le sedi che in tutti questi anni il festival ha utilizzato, che sono parecchie, alcune addirittura non ci sono più perchè sono posti che si sono modificati, però magari ti serve sapere che oltre ai luoghi tradizionali come il Teatro Regio, l'Auditorium del Lingotto, il Teatro Vittoria, il Teatro Alfieri, il Teatro Carignano che sono tutti posti che vengono utilizzato normalmente per fare spettacolo, ne sono stati invece utilizzati tanti altri: sia teatri più piccoli in quartieri decentrati, come il Teatro Cardinal Massaia, il Teatro Baretti, ma anche la Scuola Holden, il Sermig e altri posti così. In passato anche luoghi che non erano strettamente deputati alla musica: l'esempio più eclatante avvenuto all'inizio degli anni Novanta era l'utilizzo del Lingotto, che era già chiuso come fabbrica, ma che non era ancora stato ristrutturato comè adesso quindi con l'Auditorium e tutte le sale del centro commerciale; fu utilizzato in quegli anni lì, nel cortile interno che adesso non c'è più perchè è stato utilizzato per fare il foyer dell'Auditorium e il giardino dell'albergo, nel cortile ci fu la proiezione di un film di Cabiria con un'orchestra che faceva musica dal vivo, quindi cose un po particolari che non il semplice concerto. In realtà negli ultimi 10 anni gli spazi sono molto aumentati. Luoghi come Bunker, OffTopic, Hiroshima c'era anche prima ma insomma ultimamente un po di spazi sono nati fortunatamente, anche quelli dell'altro festival che organizziamo cioè il Torino Jazz Festival, ha utilizzato Bunker, OffTopic e posti di quel tipo lì.

Quali differenze significative ha notato nell'Arteficio e in generale nei luoghi della musica prima e dopo la pandemia, sia in termini di attività sia di pubblico?

Ovviamente un impatto c'è stato, MiTo non ha saltato nessuna edizione svolgendosi a settembre,

abbiamo potuto farlo anche se la programmazione rispetto a quello che era stato ipotizzato a inizio anno è cambiata. I tempi di programmazione di un festival sono almeno di un anno per l'altro, cioè a partire dall'autunno di un anno si lavora a chiudere quello che succederà nel settembre dell'anno successivo; anche perchè entro la fine di gennaio bisogna presentare il programma definitivo per ricevere la sovvenzione del Ministero alla Cultura. Ouindi è necessario che la direzione artistica e quella organizzativa lavorino per mettere a fuoco il programma, con determinati concerti ed esecutori; questo vuol dire che a gennaio si ha la struttura del festival fatta. Nel 2020, quando la struttura del festival era fatta, è successo quello che sappiamo e quindi quella struttura lì non ha potuto realizzarsi perchè prevedeva artisti dall'estero e una serie di altre cose; nel periodo pandemico da lockdown la direzione artistica ha lavorato per cercare di capire cosa cambiare, rimanendo in attesa sulle aperture delle sale.

È stato cambiato tre volte e alla fine è stata fatta l'edizione 2020 con artisti solo italiani perchè non si poteva viaggiare e con ovviamente capienze delle sale ridotte.

Nel 2021 quando sembrava che fosse tutto a posto, non è stato poi così, quindi si è fatta di nuovo un'edizione limitata riguardo agli spostamenti perchè per esempio chi arrivava dagli Stati Uniti non voleva o non poteva viaggiare, quindi l'edizione 2021 è stata fatta soprattutto con il problema delle capienze e delle mascherine. Quindi i vari decreti con le cose che cambiavano man mano ci hanno consentito di fare un'edizione 2021 con una programmazione quasi normale ma con pubblico estremamente ridotto, perchè in una sala per esempio del Teatro Regio dove la capienza è di circa 1.500 posti, in quel periodo potevano entrare 480 persone. Infatti un accorgimento che è stato inventato nel 2021 è stato di fare tutti i concerti due volte: invece di fare un concerto serale e basta. farne uno alle 19:30 e poi la replica dello stesso concerto alle 22:30 in modo che il pubblico potesse scegliere e che noi potessimo raggiungere più o

meno lo stesso pubblico di prima.

Poi invece nel 2022 è tornato tutto normale così come nel 2023. Quindi gli effetti della pandemia sono stati quelli soprattutto.

Io adesso ti parlo di cose che sono successe fino al 2023 quando la direzione artistica era di una persona, Nicola Campogrande, che è stato direttore artistico dal 2016 al 2023. Dal 2024 ci sarà un nuovo direttore artistico di cui ovviamente non sappiamo ancora quale sarà il suo progetto di festival.

Torino mi è stata definita come una città con tantissimo fermento, tante possibilità e opportunità ma non sfruttate a pieno. Per esempio non esistono a Torino luoghi per fare musica contemporanea, ma per la musica classica è diverso.

Questo è vero. Puoi guardare il sito di Sistema Musica: è un'associazione di enti che fanno musica classica a Torino che dal 1999 si sono messi insieme. Fino a qualche anno fa facevano una rivista cartacea, ora non c'è più ma c'è questo sito dove vengono raggruppate tutte le loro stagioni. Quindi da quello vedi che anche in ambito di musica classica c'è una ricchezza importante, anche sfogliando TorinoSette si vede tutte le settimane; abbiamo delle presenze costanti, per esempio l'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI che per tutta la stagione comunque fa due concerti alla settimana, l'Unione Musicale che è più dedicata alla musica da camera comunque fa 1-2 concerti alla settimana o dedicati ai bambini, poi c'è l'Orchestra Filarmonica di Torino che fa almeno un concerto al mese, c'è il Lingotto Musica che fa di nuovo almeno un concerto al mese, il Teatro Regio che fa principalmente opera lirica ma ha anche una stagione di concerti; quindi un appassionato di musica classica a Torino durante tutto l'anno ha diverse possibilità. Il Conservatorio stesso fa una propria stagione con gli studenti che sono alla fine del percorso, più associazioni più piccole, al Politecnico stesso cè Polincontri che organizza concerti, quindi l'offerta esiste e a settembre ancora

di più con MiTo Settembre Musica c'è un'offerta altissima con 2-3 concerti al giorno. È vero che dal punto di vista degli spazi, quello che manca e capisco quello che dicono Ciari e Gozzi, manca uno spazio non troppo grande e neanche troppo piccolo da 700-800 posti dedicato alla musica non classica. Perchè il Conservatorio che ha appunto quella dimensione, 680 posti, è una sala perfetta dal punto di vista dell'acustica della musica classica e dal punto di vista di ogni musica non amplificata, perchè artisti di fama internazionale hanno detto che il Conservatorio di Torino è uno dei migliori posti dove suonare, ma altrettanto non si può dire per la musica amplificata, perchè non suona bene, c'è il marmo, c'è la cupola, insomma ci sono tutta una serie di cose tecniche che non lo rendono impossibile ma bisogna essere molto bravi e molto attenti, e poi è chiaro che non ci puoi fare delle cose con alti volumi. Quindi uno spazio così in effetti non c'è, perchè Bunker, OffTopic ecc sono tutti un po più piccoli, hanno il palco non così grande, sono più club; Hiroshima è un po più grande però alla fine anche lì ci stanno 500 persone in piedi e sedute ce ne stanno di meno per

Un altro tema che mi ha anticipato è quello dell'offerta: come mi è stato riferito c'è tantissima offerta a Torino di musica, mentre manca un po' la domanda per quanto riguarda i piccoli e medi eventi, soprattutto per un problema di cultura dei giovani.

le ragioni di sicurezza. Quindi uno spazio di quella

dimensione, attrezzabile o attrezzato per concerti

che non siano da stadio o da palaolimpico, perchè

quegli spazi ci sono ma è un'altra cosa, mancano.

Ne basterebbe anche solo uno.

Sì le due cose vivono un po insieme. L'offerta è tantissima, relativamente a MiTo Settembre Musica devo dire che anche quest'ultima edizione si è chiusa con un buon risultato di pubblico, i concerti sono stati quasi tutti sold out, considerato che siamo andati un po di volte all'Auditorium del Lingotto dove ci stanno 1.900 persone quindi abbastanza importante e poi altre volte al Conservatorio che come dicevo è una sala da 680 persone. È chiaro che finora, perchè immagino che nel futuro cambierà, lavorando su un festival che aveva tre concerti al giorno, un concerto pomeridiano e due serali, anche la scelta delle sale è molto importante: gli uffici organizzativi insieme alla direzione artistica di volta in volta hanno valutato la sala giusta per l'artista giusto, sono valutazioni tecniche da una parte ma anche d'impatto, per cui se c'è un'orchestra importante con un direttore importante che fa un programma altrettanto importante si va al Lingotto perchè intanto c'è un palco che consente di collocare 100 elementi dell'orchestra, che non è un particolare irrilevante, e poi perchè ci si aspetta un pubblico di quelle dimensioni. Quindi chi organizza un festival deve avere certo l'input del direttore artistico che dice "Voglio far venire quel certo artista perchè fa quel certo programma" ma poi ci deve essere qualcuno che lo supporta nella scelta della sala giusto, sia dal punto di vista degli spazi che dell'aspettativa di pubblico. Il direttore artistico ha sempre bisogno di essere coadiuvato da chi conosce la città e quindi sa dirti "Qua ci sono questi dieci locali e scegliamo quello che va meglio"; poi ci sono anche altre considerazioni di carattere economico, affittare il Lingotto costa una certa cifra, affittare il Regio ultimamente non l'abbiamo più potuto fare perchè avevano sempre dei lavori ma ne costa un'altra, quindi bisogna tenere conto di tante variabili. E' chiaro che l'Orchestra della RAI ha la sua sede e suona lì, non si pone altri problemi, ma è diverso rispetto a chi organizza un festival.

Come vengono scelti gli artisti e le band che si esibiscono?

Questo è proprio il lavoro della direzione artistica. Per esempio Nicola Campogrande aveva deciso di dare un tema ad ogni anno e quindi all'interno di questo tema, per esempio quest'anno era città, un anno è stato geografie, un altro è stato danza, padri e figli, quindi temi larghi e apparentemente lontani dalla musica, all'interno di questa sua scelta cercava gli interpreti e le musiche che potessero fare un concerto che avesse senso per il tema scelto. Partendo da artisti nazionali e internazionali perchè nella musica classica funziona che se vuoi che si esegua magari un certo pezzo di Beethoven, allora cerchi l'orchestra che sai che lo esegue meglio o che lo sa eseguire, perchè nella musica classica valgono parimenti che cosa suonano e chi lo suona perchè il repertorio è quello lì; poi è chiaro che c'è anche della musica classica contemporanea ed è stata inserita molte volte, quindi con autori viventi. Quindi la direzione artistica è partita dalla sua idea chiedendo poi ai singoli artisti e orchestre di fare certi programmi, ma inserendo in questo ragionamento nazionale e internazionale anche dei gruppi locali, nel senso che a Torino esiste l'Orchestra Nazionale della RAI, l'Orchestra del Regio, formazioni come l'Accademia del Santo Spirito, l'Accademia Stefano Tempia, il Coro Maghini, quindi realtà musicali che fanno regolarmente le loro attività in città ma che proprio perchè il festival è innanzitutto un festival della città, sostenuto e promosso dalla città di Torino, non da un privato o da un mecenate che paga e fine, quindi la città in qualche modo ha sempre sostenuto non tanto finanziariamente ma dal punto di vista culturale le formazioni musicali cittadine, che sono innanzitutto quelle d'eccellenza come appunto l'Orchestra del Regio, l'Orchestra della RAI e l'Orchestra Filarmonica di Torino, e poi anche altri più piccoli. Quindi in questo equilibrio tra l'artista internazionale che è uno di quelli che può suonare quel pezzo lì meglio di tutti, e tutti gli artisti nazionali e quelli locali è venuto fuori il palinsesto del festival.

Per quanto riguarda il pubblico, ci sono dei trend e della fasce d'età preponderanti?

Ti mando lo studio dell'Università di Torino sul pubblico che è stato fatto nel 2021, confrontando anche con il pubblico di Milano, visto che dal 2007 MiTo c'è anche a Milano con una loro organizzazione ma con una direzione artistica sola. Il pubblico della musica classica è perlopiù non giovane. Detto ciò da quando io lavoro in questo settore, cioè più di 30 anni, si è sempre detto "Sono solo anziani quelli che vanno a concerto", ma visto che le sale continuano ad essere piene e le persone che prima erano anziane ora non ci sono più, vuol dire che c'è un'evoluzione. L'opinione di Nicola Campogrande è che alla musica classica, come pubblico diffuso, perchè poi è chiaro che al Conservatorio per esempio ci sono anche giovanissimi, non si arriva da giovani ma si arriva in unetà matura, quindi il pubblico è costituito prevalentemente da persone che vanno dai 45 anni in su. Per quanto riguarda Torino e Milano il progetto è quindi uguale, ci sono delle variabili locali ma per esempio succede che l'Orchestra della RAI suona sia a Torino sia a Milano, così come la Filarmonica della Scala suona anche a Torino, quindi c'è uno scambio tra le due città, oppure ci sono cose più locali che ci sono soltanto in una delle due.

In realtà i giovani non sono così assenti, infatti quella ricerca dice che è vero che come in tutte le indagini sul pubblico delle attività culturali sono donne sopra i 50 anni per la maggioranza, perchè è quella fascia di età che ha finito di occuparsi dei figli, non deve forse ancora occuparsi dei genitori anziani, ha del tempo libero e della curiosità, va a concerti e legge i libri, anche MiTo sta dentro quella fascia.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

Le strategie viaggiano su due filoni: uno è quello di comunicare in modo da vendere i biglietti, l'altra è fare in modo che la città si accorga che c'è il festival e ci sia anche un certo rapporto identitario tra i cittadini e il festival, cioè sentire il festival come una parte delle cose che accadono nella città e che tutti i cittadini sentono un po loro anche se sono andati a concerto una volta oppure non sono mai venuti. Ovviamente gli strumenti di comunicazione si sono evoluti nel tempo. Il festival è stato il primo

a Torino ad avere un sito internet a partire dal 1998 e a sperimentare in quegli anni la vendita online dei biglietti in maniera più artigianale; poi ovviamente la cosa si è più strutturata perchè è entrata in vigore una norma che dice che i biglietti possono solo essere venduti attraverso meccanismi automatizzati e digitali e quindi non era più una scelta ma un obbligo. Quindi c'è la biglietteria online, c'è il sito al cui interno oltre alle informazioni sulle edizioni in corso ci sono link che rimandano a tutto l'archivio del festival, quindi ci sono materiali consultabili dal 1978 ad oggi, fotografie, programmi di sala, pubblicazioni. Poi naturalmente in tempi più recenti il sito ha una pagina Facebook, un profilo Instagram, ha anche due strumenti che sono un po meno di scambio col pubblico che sono un canale youtube e una pagina su Flickr che è di nuovo un modo per fare memoria, per esempio su Youtube ci sono una serie di contributi video con interviste ad alcuni artisti che sono passati negli anni, così come su Flickr c'è l'archivio fotografico di tutti i concerti che ci sono stati.

Poi ci sono gli stendardi, i manifesti, che sono molto utilizzati perchè fanno parte di quel tipo di comunicazione cosiddetta di marchio, nel senso che non è lì che ti informo che viene Pollini a suonare ma ti informa della presenza del festival. Ovviamente fino a qualche anno fa si acquistavano abbastanza spazi pubblicitari sulla carta, quindi su quotidiani e riviste, la cosa è un po diminuita intanto perchè le stesse riviste non ci sono più e un po perchè lo strumento è diventato meno importante. D'altra parte, una nicchia di persone che leggono su carta o la versione digitale di riviste specializzate musicali esiste, quindi comunque una presenza lì la manteniamo anche se di nicchia. Poi facciamo tutti gli anni uno speciale su LaStampa ad agosto in cui facciamo il punto del programma e anche TorinoSette ci ha dedicato una copertina. Poi c'è una newsletter che inviamo a chi si è iscritto con informazioni quotidiane durante il festival e dopo no, mentre le pagine social le teniamo attive durante tutto l'anno: è chiaro che durante il festival o nel periodo che va dall'annuncio della stagione

in primavera, quindi da aprile a settembre, le pagine sono più attive perchè dicono quello che succederà, poi da ottobre in poi un po meno perchè non abbiamo nulla da comunicare di specifico ma non le facciamo proprio spegnere, il social media manager lavora tutto l'anno anche se in maniera diversa.

In che modo il festival contribuisce alla vitalità culturale e all'identità della città di Torino? Quali obiettivi e prospettive ha per il futuro del festival e per la scena musicale torinese?

Per quel che riguarda il festival non lo so visto che è cambiato il direttore artistico, Giorgio Battistelli, che ha appena iniziato a lavorare e quindi non sappiamo ancora quale sarà la sua visione del festival futura, sappiamo solo che vorrà ovviamente trasformarlo. Sulla scena musicale torinese mi sembra ci sia molta vitalità nell'ambito della musica classica, anche se la pandemia ha ancora un ruolo nel senso che recuperare i numeri di pubblico del pre pandemia non è ancora del tutto realizzato, anche se non c'è più nessuno che ha timore di sedersi in una sala; ma come tutto il settore dello spettacolo dal vivo, il colpo di sente ancora. Devo dire che MiTo, essendo come dicevo un festival voluto e sostenuto dalla città e da degli sponsor come Intesa SanPaolo, Iren ecc, fa una politica dei prezzi molto accessibili per una scelta precisa; il festival non è un servizio pubblico come l'anagrafe o la biblioteca ma è comunque un servizio della città, quindi i biglietti costano molto meno di quelli che organizzano privatamente, proprio per una scelta di avvicinamento al pubblico. Mi sembra ci sia molta offerta, il pubblico risente un po di quello che ti hanno detto anche gli altri sicuramente, anche perchè i costi delle star sono cresciuti e quindi bisogna mantenere un certo equilibrio. Sicuramente nessuno fa il tutto esaurito sempre, ma una base di pubblico c'è sempre, anche perchè c'è un Conservatorio vivace in città, ci sono i corsi di formazione musicale della città e quindi c'è molto interesse non solo ad ascoltare ma anche a fare musica.

Luca Vergano

Produttore, chitarrista band Afrodream, progetto solista KAWARI

Potresti raccontarmi un po' della vostra esperienza di band a Torino? Come avete iniziato?

Io arrivo dalla musica elettronica fin dal liceo e circa 6-7 anni fa ho conosciuto questo mondo dell'Afro beat conoscendo il cantante con cui abbiamo cominciato a scrivere dei brani a tempo perso, quasi per gioco, insieme anche ad un altro bassista che era appena uscito da situazioni problematiche. Ci trovavamo al parchetto per scrivere, io mi ero appena laureato in giurisprudenza e avevo tempo libero. Abbiamo iniziato a suonare in dei contesti tipo ristoranti cinesi, cose veramente al limite dell'assurdo, e poi piano piano la situazione ha cominciato a prendere forma quando abbiamo cominciato a suonare, ai tempi era ancora aperta e c'era molto fermento alla Cavallerizza. Eravamo già in sei ma non i sei che siamo adesso, alcuni sono stati cambiati principalmente per problemi personali, e lì alla Cavallerizza iniziò tutto come un luogo di sperimentazione sia per il pubblico che non era abituato a questo genere perchè a Torino fondamentalmente non c'era nessuno che suonava afro beat. Io sono anche un produttore e piano piano ho cominciato a registrare, e una di queste tracce l'avevamo composta il pomeriggio alla Cavallerizza facendo il soundcheck, l'abbiamo poi suonata la sera stessa ed è stata una delle tracce che ci ha accompagnato fino ad ora, la continuiamo a suonare in giro.

La situazione si è evoluta perchè ai concerti ha cominciato a venire sempre più gente e adesso abbiamo da poco firmato con un booking che ci permette di girare non solo in Italia ma in anche in situazioni interessanti, prevalentemente festival, in tutta Europa. Qualche anno fa avevamo già fatto qualche data in Francia e Svizzera ma autonomamente, ci chiamavano e noi andavamo, quest'anno abbiamo finalmente un booking che ci organizza le date e quindi siamo sgravati da gran parte del lavoro che una band deve farsi per organizzare le date, trovare il contatto con i locali, contrattare come al mercato per i soldi perchè in

Italia non c'è una bella situazione. Per farti un esempio abbiamo fatto sold out al Cap10100, che è un buon risultato visto che è un locale grosso, e abbiamo preso 500-600 euro, cioè neanche 100 euro a testa visto che siamo 6 ed è una cosa vergognosa. Purtroppo la situazione qua in Italia, diciamo che non è solo colpa dei locali, loro magari ci marciano sopra ma la colpa non è solo loro perchè in Francia, in Austria, in Svizzera, in Germania sono tutti contesti in cui siamo andati a suonare un bel po' di volte e nessuno ha mai fatto problemi sui cachet, anzi non bisogna mai contrattare, bisogna chiedere il proprio cachet e te lo danno. Qua invece è un disastro per il fatto che il Ministero della Cultura non finanzia, non aiuta, non ci sono sussidi di alcun tipo per i locali, basti pensare anche al fatto che il sussidio di discontinuità che è un aiuto per quelli che lavorano in quest'ambito, che c'è in quasi tutti i paesi europei, in Italia non c'è; ovvero tu fatturi un tot per tot mesi e ti garantiscono un sussidio se capita qualche inconveniente, è una sorta di disoccupazione per quel mondo lì. Quindi sarebbe anche una cosa che favoreggerebbe il non evadere il fisco, perchè comunque se uno dimostra di aver fatturato poi può avere accesso a questo sussidio, invece in questo modo si alimenta il mercato nero in maniera ingente.

Dalle altre interviste è già emerso il problema di come viene trattato l'artista, del cachet, ma anche un problema di pubblico e soprattutto di cultura.

Sì assolutamente uno dei grossi problemi è proprio quello. Siamo stati a suonare in Austria e in Repubblica Ceca qualche mese fa e, non dico che sei una divinità, però anche solo a livello di energia umana che ti trasmettono le persone che ti accolgono, diciamo che c'è molta più voglia di farti sentire accolto, di farti sentire bene, qua invece non c'è, o comunque molto meno. Diciamo che le band devono essere molto più motivate per riuscire a farsi poi trascinare dal flusso delle cose e, o lo fanno autonomamente oppure non succede assolutamente niente.

Lì chiaramente si vede proprio che c'è un incentivo molto più grosso a partecipare a festival; per dirti siamo andati in Francia a suonare, e ritorneremo infatti tra un mesetto tra l'altro, e tra hotel con piscina, accoglienza fantastica, tre fonici sul palco, qua invece arrivi e c'è il fonico ubriaco, anche i locali in cui non dovrebbe essere così, c'è molto più razzismo, è una cosa che proprio si percepisce. Lì è presa come una professione da tutelare perchè chiaramente muove un sacco di gente se alla fine uno ci pensa, perchè uno va a un concerto qua a Torino e tra vendite dei bar, affluenza delle persone, muove appunto un sacco di persone che magari aspettano tutta la settimana quella cosa lì che però non è tutelata come dovrebbe essere da tutti i punti di vista, sia dai tecnici del suono che anche loro sono pagati poco e male, infatti io faccio solo produzione in studio perchè live, anche se ho studiato per farlo, ho lasciato quella parte completamente, perchè non volevo avere a che fare con quel mondo, ho uno studio ai Docks Dora e faccio produzioni, mi interfaccio direttamente con l'artista e non con tutto questo mondo che non mi piace tanto.

Infatti sempre riguardo all'artista è emerso come venga trattato come quello che fa sorridere, un po' come un burattino, mentre invece si tratta di una professione a tutti gli effetti.

Assolutamente. Noi abbiamo notato che piano piano ai nostri concerti ha iniziato ad arrivare sempre più gente, solo da quel momento in poi chiaramente siamo stati più rispettati da quel punto di vista, ma comunque la differenza era abissale. Pensa ad un artista che invece deve farsi le ossa, parte da zero e quindi non ha ancora chissà quale pubblico, e viene trattato proprio come uno straccio.

Infatti ci rimette il panorama della musica emergente se la gente non ha la curiosità di ascoltare cose nuove

No certo, poi non voglio dire che fa tutto schifo però è un problema. La pandemia ha fatto emergere in maniera consistente questo problema, perchè ho mille amici musicisti che sono andati a portare le pizze perchè quel mondo non era per niente tutelato e infatti da lì sono nati tutti i movimenti tipo Bauli in Piazza, che hanno portato poi alla proposta di legge per il sussidio di discontinuità, per il quale però non ci sono ancora i decreti attuativi, quindi chissà quando verrà veramente messa in pratica quella cosa lì. La legge è passata a dicembre scorso però non essendoci i decreti attuativi non è stata ancora istituita definitivamente.

Quali sfide avete affrontato come musicisti emergenti nell'ambito della scena musicale torinese? Ci sono state opportunità inaspettate che avete sfruttato? (es concorsi ecc)

No, ci siamo sempre rifiutati di fare concorsi perchè fondamentalmente nessuno aveva voglia, semplicemente direi che la svolta è stata all'inizio veramente suonare ovunque. Qualsiasi occasione era buona per suonare, abbiamo suonato tanto anche in luoghi un po' più social popolari tipo Cavallerizza, Comala, centri sociali, posti in cui si poteva sperimentare liberamente, poi siamo andati a fare un tour in Senegal, di cui abbiamo fatto anche due video, e quando siamo tornati abbiamo fatto due sold out all'OffTopic, uno al ResetFestival, festival super interessante a cui ci avevano chiamato a partecipare come ospiti finali, e l'altro era una data nostra che avevamo organizzato lì appena tornati dal Senegal ed era andata super bene. Quindi non c'è stato veramente un punto di svolta, è stata una lenta crescita, come anche adesso lentamente stiamo iniziando a suonare non più a Torino e in Piemonte dove abbiamo sempre suonato, ma più in Europa e la cosa ci dà molta

energia perchè chiaramente dopo un po suonare sempre nella stessa città, è bellissimo suonarci e ritornarci ogni tot, però è bello aprirsi a nuove realtà, ti danno più energia.

Come valuti la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

Allora questa è sicuramente la cosa di cui ho parlato di più con altri musicisti. In primis sicuramente stanno diminuendo drasticamente, molti hanno chiuso durante il corso del tempo, per esempio un locale bellissimo era Il Fluido in cui avevamo suonato sul pratone del Valentino un'estate, era un posto che secondo me sarebbe stato perfetto per i ragazzi, per poter suonare, per poter farsi conoscere anche da persone che passano lì per caso e hanno la possibilità di sentire i pezzi, essendo in mezzo ad un parco. Piano piano hanno iniziato a chiudere, adesso ha chiuso anche lo Spazio211, un'altra realtà che non doveva assolutamente chiudere e che doveva essere molto più tutelata anche dal Comune, essendo in una zona un po' a rischio andava protetta e se ne sono completamente fregati. Sia dalla vecchia amministrazione di Fassino, quando hanno iniziato a chiudere i Murazzi, poi con l'Appendino, la tendenza è sempre stata quella di chiudere piuttosto che aprire nuovi spazi di questo tipo. Con l'evoluzione dei tempi, la cosa che posso dire è che sono venuti a mancare quei luoghi tipo la Cavallerizza o posti simili in cui non c'è solo quel tipo di cultura che adesso va per la maggiore, ovvero cultura per ricchi e borghesi, un po' più elitaria in cui vai e un cocktail costa 7-8 euro, si è un po' assottigliata la diversità dei posti in cui si può andare. Ovviamente non ci devono essere solo spazi tipo centri sociali, però devono esserci anche quelli perchè sono fondamentali per garantire una cultura più dal basso, ci sono locali molto più pettinati, con dei prezzi molto più alti e tutto quel mondo che prima era più ampio e popolato

si sta completamente perdendo. C'è molta più omologazione da parte dei locali, fanno tutti più o meno le stesse proposte, sia artistiche sia dal punto di vista economico dei prezzi che fanno e quindi posso dire che c'è stata una diminuzione della varietà dei tipi di locali, che permettono meno un'evoluzione.

Per esempio io ho anche un progetto solista e faccio techno melodica, gli spazi per quella cosa lì sono minimi rispetto invece agli altri Paesi in cui è pieno zeppo di localini, locali medi e grossi in cui esprimere quel tipo di musica lì, mentre qui non c'è niente, qui c'è la discoteca per i ragazzini, ed è pieno di queste discoteche; oppure anche di luoghi per aprirsi a una cultura della musica elettronica, come c'è in Francia e in Germania molto sviluppata, qua non c'è. Per esempio sono andato ad un paio di concerti techno dalle 21:30 alle 23, non per forza quel tipo di cultura lì è legato allo sballo, alla pasticca e alla droga, entri e ti ascolti il concerto con i tappi e soprattutto c'è un range di pubblico che va dai 20 anni ai 65. Qua invece non essendoci quel tipo di cultura lì anche per la techno e la musica elettronica, la cultura o è legata alla discoteca fighetta in cui gli uomini pagano 10 euro e le donne entrano gratis, oppure tutto il resto è relegato al Bunker, che è forse l'unico spazio in cui ancora si fa quel tipo di musica, e anche alla Bocciofila Vanchiglietta, che sta facendo una programmazione sempre molto varia. Penso che questi siano ormai gli unici due locali in cui si può suonare. Per esempio dei miei amici in questi giorni mi hanno chiesto di andare a suonare al Parco Dora questo mese, ma è una cosa totalmente autogestita, portano due cassoni e un generatore e si organizza un evento di musica elettronica lì al parco.

Come avete affrontato l'organizzazione delle sessioni di pratica nelle sale prove e delle registrazioni durante la pandemia?

Avevamo la fortuna di avere uno studio, il mio, in cui abbiamo potuto continuare a lavorare anche a

distanza, però fondamentalmente per tutta la prima parte facevamo call, ci mandavamo degli audio e scrivevamo a distanza, ci siamo dovuti adattare.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

Per un po' di tempo abbiamo avuto una ragazza che ci dava mano a fare post, adesso avendo dei live il nostro instagram è principalmente legato a quello. Quando abbiamo i live mettiamo le locandine e condividiamo vita reale senza stare lì a mettere foto acchiappa like, oppure quando facciamo il live mettiamo appunto video del live, tutto reale e veloce, magari un po a discapito di quello che è il modo di oggi di intendere i social, però preferiamo avere quell'approccio lì un po più real.

Per quanto riguarda la musica di strada, quindi lo spazio pubblico, avete mai avuto modo di interfacciarvi con quello?

L'unica volta che abbiamo suonato in strada è stato in Piazza Valdo Fusi durante la pandemia, dei ragazzi hanno organizzato questo ritrovo in cui si parlava della situazione, tipo Bauli in Piazza con le custodie aperte degli strumenti, e hanno chiesto a noi di fare un brano. La gente ha partecipato con tutta la polizia attorno, quindi eravamo tutti un po' imbalsamati e ingessati, però è stato bello. Tra l'altro abbiamo suonato proprio quel pezzo della Cavallerizza che ti dicevo prima; la cosa interessante è che lì alla Cavallerizza c'era un pianoforte e siamo riusciti a strimpellare, questo perchè era un luogo in cui c'era tempo, c'era spazio, cioè non era un posto in cui ti mettevano fretta per montare suonare e smontare tutto, era un posto di aggregazione sia per chi veniva ad ascoltare sia per gli artisti che trovavano uno spazio fertile per suonare.

Quali sono le vostre aspettative per il futuro? Una cosa (o più) che vorreste cambiasse nel panorama musicale torinese?

Noi siamo una band che va super d'accordo e quindi sarebbe bello che continuasse questa armonia, continuando a crescere e diventare più grossi a livello di pubblico e se possibile viverci di più con questa cosa qua, tramite anche il fatto di suonare in Europa e crescere anche da quel punto di vista.

Per quanto riguarda il panorama è un po' quello che ti dicevo prima, ovvero che si ri-ampli un po' lo spettro di possibilità che ci sono e il tipo di offerta della città per i ragazzi, in modo tale che ci sia più varietà e non appunto, per quanto riguarda la techno, solo discoteche o comunque pochissimi posti, anche per quanto riguarda l'afro beat, o anche banalmente per le band live che ci sia più possibilità di suonare, perchè o una band è già avviata oppure di spazi non ce ne sono, o ce ne sono pochissimi e fanno fatica. Io ho uno studio di registrazione e produco quindi vedo molte band durante l'anno e tutti hanno gli stessi problemi, ovvero di non trovare dei posti, perchè appunto non ci sono posti per tutti i "range di fama" delle band. O uno è già affermato e ha un buon promoter o si attacca.

BRX!T

Quartetto garage rock

Potreste raccontarmi un po' della vostra esperienza di band a Torino? Come avete iniziato?

G: Noi abbiamo iniziato a suonare insieme 7 anni fa sotto un altro nome, ci chiamavamo Fratelli Slip. Abbiamo iniziato facendo brit rock e brit pop, tra l'altro un po' sgomitando nella scena torinese perchè era un genere che non andava molto e cantavamo in inglese. Poi abbiamo iniziato a girare un pochino soprattutto nel torinese tra il 2017 e il 2019, poi c'è stato il Covid e abbiamo cambiato sia nome sia genere. Abbiamo cominciato a chiamarci BRX!T, abbiamo pubblicato il primo album a marzo con la produzione di Alberto Bianco e da lì sono cambiate un po' di cose. Oltre che suonare nella nostra amata Torino, abbiamo iniziato a mettere il naso fuori regione e quindi abbiamo iniziato a confrontarci anche con altre realtà al di fuori del mindset torinese e abbiamo notato che un locale è sempre un locale in cui suonare, però ci sono logiche, dinamiche e pubblico diversi. Abbiamo suonato veramente in contesti disparati, dal festival a Belluno dove noi punkettoni eravamo in mezzo ad una rassegna reggae, dove sotto palco c'erano 10 persone, e quattro mesi prima avevamo suonato a Spazio211 davanti a 200 persone, quindi è stato strano; poi anche a Pavia dove è stato ancora più strano ma figo, perchè abbiamo suonato alla fine davanti a quasi 1.000 persone e non ci conosceva nessuno, eravamo in un ambito di un festival universitario e abbiamo suonato insieme a due altre band della Toscana e dell'Umbria, i Tonno e gli Elephant Brain, ed è stato comunque un bellissimo contesto. Ci stiamo affacciando a delle realtà diverse. Adesso il 6 ottobre suoneremo a Genova, abbiamo anche delle date in programma su Piacenza e Milano, e quindi è anche sfidante uscire fuori dal proprio orticello.

Quali sfide avete affrontato come musicisti emergenti nell'ambito della scena musicale torinese? Ci sono state opportunità inaspettate che avete sfruttato? (es concorsi ecc)

G: Di contest ne abbiamo fatti più che altro in passato con il vecchio nome, abbiamo fatto il classico Torino Sotterranea che era tutto tranne che Torino, eravamo ad Alpignano, Orbassano, Volpiano quindi in provincia, anche se locali bellissimi; siamo arrivati in finale e ne siamo usciti terzi. Poi abbiamo partecipato ad un contest al Concordia, ci siamo piazzati bene. Però da quando è nato BRX!T ci siamo un po distaccati dai concorsi. Rispondendo alla tua domanda, non c'è stata proprio una svolta ma è stato tutto frutto di un lavoro di networking basato su Torino. Perchè conosci tizio che conosce un altro tizio, che a sua volta ne conosce un altro e così via, si inizia a fare rete con gli addetti ai lavori e così inizi a far conoscere la tua musica, quindi da cosa è nata cosa. Suoni a Torino e c'è qualcuno che dice "Bene ragazzi venite a suonare a Pavia", "Venite a suonare a Genova", e da lì abbiamo conosciuto anche tantissime band, quindi c'è anche un interscambio di band che magari noi facciamo suonare a Torino e loro ci fanno suonare fuori porta.

L: Sottoscrivo tutto, se proprio devo trovare un punto di svolta secondo me è stato conoscere Bianco e iniziare a lavorare con lui, perchè ci ha traghettato un po' dall'inglese all'italiano, essendo lui un cantautore che scrive da tanto tempo in italiano ci ha fatto vedere un po' come si fa.

Come valutate la dotazione di luoghi musicali a Torino in termini di quantità e qualità? Ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

G: Ti rispondiamo uno per uno perchè abbiamo tutti delle visioni differenti. Sottoscrivo che ci siano dei locali in meno predisposti alla musica live, però danno la possibilità di suonare; e bisogna fare una distinzione tra i locali storici di Torino e i locali meno storici però che danno più possibilità e più visibilità agli emergenti, a chi non ha mai messo piede sul palco, e il locale lo mette a disposizione. Il fatto è che, vedendo la nostra storia, come Fratelli Slip eravamo partiti in locali magari meno "locali", per esempio il Xò di Via Po, che non è un live music club però comunque si faceva una rassegna settimanale dove succedevano delle cose. A distanza di 5 anni siamo arrivati a fare OffTopic, Spazio211, le OGR, il Blah Blah, che sono locali nati e predisposti per essere dei locali; c'è però un problema, ovvero che per arrivare a quei locali un emergente deve sgobbare tanto, e quindi per forza deve passare da quei locali che sono meno adatti, catchy. Comunque l'offerta c'è, è il senso della frase "è bravo ma non si applica" su Torino, in realtà è dovuta per mia visione a un percorso di gavetta, quindi praticamente arrivi a suonare in dei locali degni di nota e degni di condizioni tecniche e di pubblico buone quando passi un po' veramente dal purgatorio.

L: Se de-zoomiamo un attimo e prendiamo gente del Sud con cui abbiamo parlato, Torino è l'Eldorado, nel senso che loro dicono che non hanno niente, non ci sono gruppi, non ci sono rassegne, vengono qua e vedono magari che nella stessa serata c'è il big che suona al Teatro Colosseo, una rassegna a Spazio211 e contemporaneamente qualcuno all'Hiroshima. Tanto che addirittura ci si toglie gente l'un l'altro, soprattutto in primavera. Mi ricordo quando Sasso ha suonato a Spazio211 e nel contempo c'era Dragogna, quello della band Ministri, all'Hiroshima, e quest'ultimo era vuoto perchè erano tutti a vedere Sasso. Quindi da quel punto di vista, a Torino c'è sempre stata abbastanza scena, dai Subsonica, a Linea77, agli Statuto, quindi si continua con questa tradizione. È chiaro che poi i locali non hanno soldi, quindi ti pagano la metà della metà di quello che ti pagavano negli anni 2000, se organizzi tu una rassegna sai già che 700 euro vanno al locale per pagare tutto e quindi quello è più difficile di sicuro.

In quali locali vi siete esibiti a Torino? E quali frequentate maggiormente come ascoltatori?

G: I locali che ti abbiamo citato li abbiamo suonati tutti, quindi OffTopic, Spazio211, Blah Blah, OGR, l'unico locale in cui non abbiamo suonato è l'Hiroshima. In realtà 2/4 di noi ci hanno suonato, però non come BRX!T o come Fratelli Slip.

L: Dovevamo suonarci proprio quando è venuto Dragogna, ma poi non l'abbiamo fatto. Altri locali dove non abbiamo mai suonato sono il Barrio e il Bunker, però per il resto li abbiamo passati un po' tutti. Anche qui è una risposta molto personale, finchè Spazio211 era aperto, io ogni sera che c'era musica andavo lì, ma perchè più che altro il genere di musica che c'è a Spazio211 mi è sempre piaciuto.

G: Qualche anno fa eravamo soliti andare a OffTopic, però poi ci siamo un po distanziati. È anche una questione di gente che frequenta il locale e di chi gestisce il locale, magari noi siamo più affini ad una gestione come quella di Spazio211, piuttosto che a quella di un altro locale.

L: E anche come si evolve nel tempo il locale. OffTopic è passato dall'essere Le Officine Corsare all'inizio all'essere l'OffTopic di adesso che è un pochino più chic, e quindi ultimamente noi c'entriamo poco.

G: Tendenzialmente quindi non è solo il locale in sè, il locale lo fa anche la gente che ci va e anche i gestori, perchè se ci vai praticamente ogni weekend è inevitabile che ti interfacci con il gestore che è residente lì h24.

L: Senza dimenticare poi che ci sono tutti quei locali in cui abbiamo anche suonato e ora non ci suoniamo più perchè si sceglie magari di fare una rassegna cover, e quindi noi non c'entriamo nulla, tipo il Maglio.

G: È un po' come evolve il progetto e come evolvono le persone.

Dalle altre interviste è emerso un dibattito sul pubblico: Marco Ciari riferisce che la richiesta di musica dal vivo è calata rispetto al passato per i piccoli e medi eventi, sia per problemi di cultura che di curiosità. Cosa ne pensate?

L: Non so se Ciari te l'ha detto ma c'è un grosso problema che si inserisce qua, perchè prima okay che magari non pagavi 100 euro per un concerto dei Red Hot Chili Peppers ma ne pagavi 70, però poi vedevi, e noi lo sappiamo, i gruppetti a 0, quindi gratis. Adesso invece ci è capitato di suonare a Spazio211, ma senza voler mettere in mezzo il locale però è così che va, abbiamo suonato lì il 9 luglio e i nostri amici non sono venuti perchè costava 18 euro; okay che eravamo in apertura ai Punkreas, ma 18 euro per Punkreas e BRX!T è possibile che un 20enne non li spenda.

G: Secondo me l'analisi è comunque correlata a un livello proprio di economie e quindi bisogna capire tutti quanti quelli che fanno parte della filiera, che giustamente devono starci dentro quindi mettendo un prezzo di biglietto, sono proprio cambiate le economie. Però c'è anche da dire secondo me che è un discorso quello che abbiamo visto negli anni che è rimasto costante e che la richiesta di vedere emergenti resta praticamente tra la gente proprio della scena, che ha bisogno di fare rete. Cioè se facciamo la stima di un evento emergente di un qualsiasi gruppo che esce dalla sala prove domani e dopodomani ha un concerto, c'è il fattore curiosità, ma se tu vai a vedere chi partecipa a quell'evento, magari su 50 persone sono 35 persone che suonano a Torino e il restante 15 è un vario che sono tra curiosi e accompagnatori ecc. È capitato qualche sera fa in una serata che ho organizzato io al Blah Blah, io ho fatto proprio una stima, uno screening e conoscevo tutti quanti, la richiesta rimane comunque nel sottobosco dell'emergente; il fatto è che arriva il curioso poco dopo che una cosa inizia a far rumore.

A: Che poi dipende anche un pochino da dove ti trovi geograficamente perchè ad esempio ci sono dei ragazzi di Genova che ci seguono tantissimo, sono venuti a vederci a Pavia, sono venuti a Spazio211 pagando l'ingresso e là è pura e mera curiosità perchè nessuno di noi ha contatti diretti con loro, né c'è un interesse nel condividere palchi, date o cose del genere. Semplicemente sono persone a cui siamo piaciuti e che hanno deciso di seguirci spesso. Poi è anche vero che, secondo l'esperienza di chi suona a Torino da più di 10 anni, il pubblico di Torino è sempre un pochettino difficile perchè o lo prendi bene nelle prime 3 canzoni o non lo prendi mai più bene, puoi fare le prime tre canzoni male e il resto del concerto il concerto della vita, se non fai prendere subito bene sarà scialbo, è sabaudo.

G: Però è anche vero che Torino quando inizia a sbottonarsi, ed è capitato anche a noi, noi abbiamo suonato a Spazio211 tre volte nell'arco di un anno e abbiamo proprio visto l'evoluzione del pubblico sul nostro concerto. Abbiamo visto Spazio211 data 1, dove non avevamo ancora pubblicato l'album, e il pubblico era freddissimo e quindi era un pubblico curioso ma comunque non c'era il movimento. Poi Spazio211 data 2, che era il nostro release party dell'album, le stesse canzoni che abbiamo suonato anche solo 4 mesi prima, le cantavano e pogavano tutti. Spazio211 data 3 anche poco prima di salire sul palco la gente già si iniziava a menare, infatti abbiamo dovuto anticipare un po' perchè c'era già tutta la gente sotto che aveva voglia di saltare e che poi ci hanno detto "Il vostro concerto è stato il più bello" anche se non era vero, noi stessi diciamo che tecnicamente abbiamo fatto schifo, ma il punto è che la gente ormai sapeva i pezzi e quindi erano tutti presi bene.

Poi parlando di concerti di altri colleghi, confermo il fatto di quello che ha detto Alessio, cioè il pubblico di Torino deve un po' essere in comfort, nel senso che deve conoscere qualcosa per prendersi bene. O lo shocki mentre è caldo, o deve conoscere per scaldarsi. Se invece rimane freddo,

magari fai una buona performance però comunque non gli risulti ancora abbastanza convincente, magari rimangono ad ascoltarsi due canzoni e poi vanno a farsi una birra.

Questo rientra sempre un po' appunto in una chiusura culturale che trovi a Torino, in Italia, mentre all'estero meno.

A: Esatto, sicuramente se prendiamo come metodi di paragone Italia e Inghilterra parliamo proprio di due mondi diversi, completamente. È capace che tu vai a Londra in un locale birreria un martedì sera e ti trovi un Robert Plant a suonare lì, qui il massimo che puoi trovare il martedì sera è la cover band di Vasco Rossi. È anche poi legato ovviamente a un discorso di offerta che poi si lascia al pubblico, ho preso come esempio l'Inghilterra ma effettivamente è sbagliato perchè è la culla della musica moderna, quindi culturalmente è sbagliato come discorso. Diciamo che il pubblico di Torino in particolare, che conosciamo molto bene, è un pubblico sicuramente molto abitudinario, quindi per divertirsi veramente a un tuo concerto deve venirti a vedere almeno tre volte, deve conoscerti di persona e poi magari si diverte pure. Quindi suonare davanti a un pubblico nuovo è sempre difficile però poi ci troviamo in situazioni come a Pavia, in cui non conoscevamo di fatto nessuno eppure abbiamo visto la gente presa un sacco bene e oltretutto abbiamo suonato alle 20:30, elemento molto importante perchè alle 20:30 generalmente le persone hanno voglia di mangiare, non di ascoltare un concerto; invece se c'è appunto questa base culturale leggermente diversa, anche se sono le 20:30 e hai la pizza ancora sullo stomaco, se ti piace il gruppo che sta suonando lo vai ad ascoltare e sei partecipe al 100%.

Per quanto riguarda lo spazio pubblico, quindi la musica di strada, voi avete mai avuto modo di confrontarvi?

G: Ci viene una risata perchè il bello di un percorso

musicale, di una band, di chi inizia a fare musica di per sè è provare cose e ti rendi conto di quello che sai fare e di quello che non sai fare. Noi una cosa che non sappiamo assolutamente fare è fare busking, però è un problema nostro.

L: È un problema magari anche mio che sono il frontman, cioè ho sempre pensato che alla fine è un po' il frontman che fa il busking e lo crea, e se la gente passa e non si ferma a vederci io mi infastidisco e quindi poi non va bene. Invece negli acustici siamo bravi.

G: Diciamo che se sul palco ci sappiamo stare perchè siamo confident con gli strumenti elettrici e con le volumate, sulle cose un po' più morbide dobbiamo essere nel contesto giusto. Però il busking di per sé non lo condanniamo a priori, per noi non è roba, però tendenzialmente quando facciamo una passeggiata in Via Roma o Piazza Castello magari ci fermiamo e ci colpisce quello che fa busking nella maniera più particolare possibile. A me era capitato di vedere due ragazzi anni fa, due fratelli, che facevano batteria e chitarra elettrica facendo cover dei Led Zeppelin, mentre generalmente nel busking ti ascolti le cover di Adele, di Bruno Mars, di Tommaso Paradiso, è proprio un altro genere.

A: Il busking è una cosa che fai principalmente nel 90% delle condizioni o per finanziare qualcosa o per far girare il nome, perchè vedendola proprio da musicista, suonare tu per strada sperando che passi qualcuno a lasciarti dei soldi o che si fermi anche solo due minuti ad ascoltare una canzone, quando la canzone è un tuo inedito è fantasia. Se invece passi e ascolti la canzone di Bruno Mars, se ascolti Begging dei Maneskin sei più invogliato a sentir la canzone anche magari tutta, magari non lasci neanche 2 euro e passi solo, e in quel caso si parla di visibilità; altrimenti se sei uno che proprio va dritto con la sua idea di voler finanziare un singolo facendo busking, magari ti ci butti un po' sopra e magari se hai tanta costanza qualcosa ti

esce pure, però non è una di quelle cose che fai abitudinariamente.

G: Per noi il busking è stato più che altro un'esperienza che ha rafforzato il nostro legame, perchè comunque è stata la prima esperienza dove siamo usciti fuori Torino, senza avere nessun contatto dove suonare e fare pratica, abbiamo fatto Milano e Bologna ed è stata proprio un'esperienza di band.

A: Poi a Torino non è neanche così facile fare busking, perchè noi dovevamo fare Milano, Bologna e poi Torino, e l'unica che ci è saltata è stata proprio quella a casa nostra a Torino, perchè ti devi prenotare e fare tutta una serie di cose.

L: Anche negli altri posti ci hanno fatto sloggiare un po', tipo in Piazza Duomo ci hanno fatto andare via, anche a Bologna.

A: Si è vero però siamo comunque rimasti quella mezz'ora a suonare senza problemi e poi ci hanno mandati via, a Torino invece è stato proprio un problema entrarci.

L: A Torino in particolare perchè per esempio al Parco del Valentino c'è un batterista che suona tutto il giorno, io non so come faccia. Altra cosa che volevo dire è che se nel 2018 ci avessero chiesto di andare a fare busking ad Albenga l'avremmo fatto, se invece questa sera ce lo proponessero rideremmo e non lo faremmo.

Come avete affrontato l'organizzazione delle sessioni di pratica nelle sale prove e delle registrazioni durante la pandemia?

G: Qua noi siamo un caso atipico ma perchè praticamente noi durante il Covid abbiamo avuto la nostra crisi d'identità e quindi è dove abbiamo capito quello che non volevamo essere e quello che volevamo essere. Noi abbiamo registrato l'album a cavallo tra il secondo lockdown e le prime

riaperture. In realtà detto proprio onestamente nell'ambito musicale già non se ne poteva più del Covid, tra norme di sicurezza ecc alle fine eravamo tutti stufi, spoiler siamo arrivati a registrare l'ultima tranche di album dove ci siamo solo un attimo tolti la mascherina e ci siamo infettati tutti, era gennaio 2022. Un po di studi ne abbiamo girati, perchè abbiamo fatto un po' in sala prove da noi, un po' ai Docks Dora, però è stato un momento dove effettivamente non si poteva suonare e noi abbiamo colto la palla al balzo e abbiamo iniziato a registrare.

A: Infatti purtroppo sulla scena torinese, e non solo, c'è un pre e post covid come in tutte le cose, ma proprio sui gruppi e sulla scena stessa. Molti non sono sopravvissuti al Covid, in quanto purtroppo da emergente c'è la regola d'oro ma silenziosa che nessuno dice che se sparisci per più di 6 mesi non sei più nessuno. Quindi se nell'arco di 2 anni di pandemia in totale la gente, ma noi inclusi non abbiamo fatto uscire qualcosa, per la gente il gruppo è morto. Ma infatti in realtà il nostro è morto, perchè i Fratelli Slip sono morti lì, poi noi abbiamo preso l'occasione per fare rebranding, riscrivere e registrare di nuovo, è stato un progetto lungo e impegnativo ma a noi serviva che il mondo si fermasse per 2 anni per poter rinascere come BRX!T.

L: Durante il Covid siamo stati abbastanza fortunati perchè abbiamo comunque continuato a suonare nella prima parte del 2020, abbiamo anche fatto un paio di concerti tra cui uno al Polo del 900, in cui la gente aveva la mascherina ed era in piedi, con le X per terra con lo scotch, che era una cosa un po' triste però è stato un bel concerto perchè meglio che niente. Poi invece abbiamo fatto altri concerti in cui la gente era seduta e lì era la morte nera, la gente seduta ad un concerto rock secondo me è quasi meglio non farlo.

G: Infatti riprendendo la domanda questa è stata la difficoltà, dipende anche un po' da genere a genere.

Noi menomale che abbiamo avuto questa crisi d'identità perchè se avessimo continuato su quel binario, molto probabilmente adesso parleremmo di un'altra storia. Perchè è anche una questione classista di genere musicale, quindi c'è il genere in cui anche se suoni con il chitarrino sopravvivi e se devi comunque portare le volumate con le restrizioni ti perdi il 60-70% dell'esperienza. Quindi noi siamo ancora qua.

L: Abbiamo visto che il tipo con il chitarrino che prende 3.000 euro vuol dire che è bravo non va tanto più, la gente non è più interessata a differenza del 2018, Calcutta c'è già stato e quindi non è niente di particolare che attira. Ci sono troppe persone che lo fanno, si è saturato il discorso indiecantautorato.

Per quanto riguarda le sale prove, come valutate la disponibilità e la questione prezzi?

G: Parliamo di noi del passato che eravamo soliti frequentare sale prove, adesso noi da quando abbiamo fondato la band stiamo in questo posto qui che è la nostra sala. Perchè un po' abbiamo avuto l'occasione e la fortuna di trovarla relativamente vicino e quindi quando fai inediti diventa una conseguenza necessaria avere un posto dove devi avere il tempo di creare senza avere il cronometro e dover finire entro un certo tempo mentre sto scrivendo un pezzo, che quindi dovrei mettere in pausa e riprendere, con la cover band che sta alla porta. E poi è diventata anche una questione di costo perchè comunque facendo un calcolo quello che paghiamo qui in questo posto al mese è praticamente la somma di tre prove al mese in un posto di due ore ciascuno, quindi per sei ore; noi adesso conduciamo quattro vite diverse ma volendo, se facessimo questo mestiere tutti e quattro h24, potremmo stare tutto il giorno qui pagando meno. Quindi anche il discorso tariffario, io mi rendo conto che quando apri bottega comunque hai dei costi, poi in una sala prove devi mantenerla la strumentazione, alcune sale prove

non sono tenute bene ma altre sì ed è un costo per carità. L'unica cosa che forse un po' manca delle sale prove per noi è sempre il discorso network, magari hai il collega che suona nella sala affianco, finisci le prove e fai due chiacchiere, però anche lì mischi due robe, qui è un po' una concezione personale cioè quando stai in band stai con i tuoi fratelli, quindi è una cosa intima e ci dedichi due ore e sei col contagiri. Quindi il discorso è che quando hai un posto secondo me parti con un passo in più, per le ragioni che ti ho elencato. Noi al di là di dividerla tra noi quattro, la dividiamo con i nostri amici quindi diventa anche un posto di aggregazione sociale.

L: Per quanto riguarda gli studi di registrazione secondo me c'è una differenza da fare tra band avviata, come noi, e una band di ragazzini. Perchè noi siamo andati da Luca Vergano, degli Afrodream, e quindi diciamo che noi sappiamo già un pochino dove andare, che budget avere e quanto spendere, vogliamo lui e sappiamo che suoniamo quello, vogliamo un po' più di sound elevato con delle macchine più care e quindi sappiamo però che dobbiamo metterci più soldi. Il ragazzino secondo me adesso ha una base da cui partire enorme, perchè tantissimi si sono messi a fare produzione.

G: E quindi anche lì il discorso è che gli studi sono pochi se ci pensi, ci sono molti più producer home made che studi effettivi di registrazione.

A: Che poi in realtà esistono anche le figure ibride tipo la nostra cara Pink Noise che è stata la sala prove in cui siamo di fatto cresciuti tutti quanti, che ti dà l'opportunità di registrare lì per esempio e se penso a noi a 13-16 anni che pensavamo di registrare qualcosa chiaramente quella è stata presa in considerazione come opportunità, perchè tu conosci già il posto, conosci già la strumentazione, conosci già chi lo gestisce, se hai 13 anni non è che ti serve tutta questa grande qualità, non per sminuire ma una registrazione fatta in sala prove è ben diversa rispetto a una fatta in studio, quindi

magari un ragazzino di 13 anni così riesce già a far uscire una canzone. Quindi esistono queste figure ibride ma menomale che esistono anche le sale prove in sè, perchè noi abbiamo fatto la scelta di avere il nostro posto fisso veramente tanti anni fa, però prima di allora era un continuo essere itinerante tra le sale prove ed è comunque un posto veramente magico e bello, perchè è il posto in cui cresci e impari a capire quello che vuoi fare veramente. Io la prima volta che mi sono seduto dietro ad una batteria acustica ho pensato di voler fare quello per sempre, e non lo avrei mai potuto fare se non fossi andato in sala prove.

Quali sono le vostre aspettative per il futuro? Una cosa (o più) che vorreste cambiasse nel panorama musicale torinese?

G: Per quanto riguarda gli obiettivi personali noi cerchiamo di uscire fuori Torino, abbiamo una mappatura di 1-2 anni dove adesso quest'anno cerchiamo di promuovere il più possibile l'album che è "Vivere di nascosto" e portarlo praticamente il più possibile fuori. Concretamente quello che vorremmo fare è qualche live club in più tra l'inverno e la primavera e poi principalmente spingere sull'estate, quindi almeno raddoppiare i festival che abbiamo fatto la scorsa estate, ne abbiamo fatti 3 e quindi arrivare a 6-10 festival, con una media di due concerti al mese quasi nella stagione maggio-settembre. A livello interno continuare a scrivere musica nuova e rilasciare qualcosa il prossimo anno, perchè se continui a portare in giro la stessa roba poi è vecchia. Vorremmo pubblicare almeno quattro pezzi il prossimo anno.

A: Diciamo che una cosa che capita brutta, o almeno percepita ma secondo me non solo, nella scena torinese è che esistono molte fazioni. Esiste il "Io sono sponda locale X e quindi quelli che vanno nel locale Y sono da evitare" così come "Il gruppo X è il migliore che esiste a Torino e tutti gli altri non esistono". Diciamo che questo secondo me,

nella mia esperienza, unito al fatto che chi va ad un concerto molto spesso ci va per fare networking e che quindi ci va per ottenere qualcosa in cambio, crea un ambiente che sul lungo periodo potrebbe risultare quasi tossico. Perchè spesso e volentieri se vai a vedere tizio e caio la serata X e non vai a vedere sempronio la serata Y, sempronio se la prende e quindi se sei andato a vedere tutti i suoi concerti ma hai saltato quello, hai tagliato completamente i ponti. Quindi devi essere onnipresente da un lato e dall'altro, devi sorridere a tutti quanti anche se quello in particolare non ti sta simpatico, perchè si tratta di esseri umani, come nella vita, devi sempre fare buon viso a cattivo gioco se no rischi di perdere anni di lavoro a volte sulla band stessa e molto spesso se vieni etichettato in un certo modo ci rimani per sempre. Diciamo che attualmente la scena musicale torinese è una grande classe di terza superiore, in cui ci sono i gruppetti, ci sono quelli etichettati in un modo o nell'altro, ed è un po' difficile toglierselo di dosso come identità. Così come anche il fatto che a volte sarebbe più saggio e giusto nei confronti propri e nei confronti della band che si va a vedere che, se effettivamente la cosa non ti interessa non la vai a vedere. Io sono trasparente, se ho il mio progetto di musica e vado a fare un concerto e dopo che finisco di suonare, sia che abbia suonato benissimo sia che abbia suonato malissimo mi vengono a dire che sono il più grande musicista del mondo, non mi è utile come cosa e non è credibile. Anche perchè se effettivamente il progetto in cui sto investendo denaro è debole, non mi è utile sapere che invece per te risulta positivo anche se poi non è vero, preferisco che qualcuno mi dica "No guarda questo non funziona fai altro se ci stai spendendo dei soldi".

L: O come dopo 10 anni che *c*è lo stesso musicista a cui sai di non piacere, però poi apre una casa di produzione e quindi poi viene al tuo ultimo concerto e ti dice "Fighissimo" perchè vuole i soldi.

A: Esatto quindi diciamo che se si può riassumere tutto in una cosa che cambierei è l'ipocrisia delle persone.

L: Come diceva Cesare Pavese "Torino è un paese", nel senso siamo piccoli, provinciali e quindi queste dinamiche sono della provincia. Se spiegassimo questa situazione che ti abbiamo detto a un romano, probabilmente riderebbe e direbbe "Ma veramente vi conoscete tutti e andate ognuno al concerto dell'altro per convenienza?" e quindi la dimensione provinciale secondo me è difficile da estirpare a Torino, c'è sempre stata. Tanto che quando si sente parlare dei Subsonica, viene sempre detto poi "Il gruppo di Torino", invece quando dici gli Afterhours mica dici che sono di Milano, dici gli Afterhours e basta. Un'altra cosa importante sono i fondi alla cultura, è dal 2010 che i fondi alla cultura, io mi ricordo che ancora con la Punta Cota della Lega hanno cominciato a togliere fondi, non è successo niente se non qualche occupazione e quindi tutte le Punte dopo hanno continuato a tagliare fondi, e quindi succede che poi luoghi come lo Spazio211 devono chiudere perchè dice che o il Comune dà loro qualcosa, perchè si parla di fondo culturale e non possiamo trovare lo sponsor Coca Cola che sponsorizza il concerto, e quindi finchè non si capisce che la cultura parte anche da questo e non solo dal Teatro Stabile, è chiaro che poi uno non lo organizza il concerto se poi deve pagare addirittura il barista; servono quindi più soldi per la cultura, abbiamo visto veramente passare da milioni a migliaia di euro.

Tommaso Mulatero Tastierista band Kanerva

Potresti raccontarmi un po' della vostra esperienza di band a Torino? Come avete iniziato?

Io sono autodidatta e suono la tastiera. Il mio progetto con la band Kanerva, con cui facciamo indie-rock, è cominciato circa 4 anni fa; io e i miei compagni di band però siamo di Pinerolo, quindi la realtà torinese l'abbiamo cominciata a conoscere solo negli ultimi anni, per noi è stata un'esperienza progressiva che sta continuando ancora adesso. Abbiamo suonato una sola volta a Torino nella settimana dell'Eurovision, ormai due anni fa, però quello che vorremmo fare è venire a suonare più spesso a Torino perchè si percepisce che c'è un bel giro underground a Torino, anche tante band emergenti, tante band di giovani, ci sono anche diversi spazi in cui suonare, bisogna ovviamente scavare un po' perchè non è immediata Torino. Io ho questo progetto di band ma in più ho un progetto con mia sorella che canta e facciamo musica più soft, piano e voce, con elementi più teatrali.

In che modo la tua identità e l'ambiente provinciale influenzano la tua musica? Percepisci differenze con il fatto di non vivere a Torino ma fuori?

Pinerolo è come una bolla a sè, comunque staccata e indipendente da Torino fino a quando arrivi all'università, perchè hai i licei, i cinema, le discoteche, hai tutto. Quindi cresci in questa bolla in cui man mano conosci un po' tutto il giro, Pinerolo ha circa 40.000 abitanti, e quindi non c'è la questione di sentirsi emarginati ma c'è proprio questa bolla in cui si sta bene però ad una certa a livello universitario ti inizia a stare stretta; arrivi poi a Torino e lì ti esplode il mondo, è una grande città con mille possibilità e potenzialità. Poi a livello di musica c'è ancora più stacco nel senso che a Pinerolo non ci sono grandi cose, i posti in cui si può suonare io e la mia band li abbiamo fatti tutti e sono principalmente bar, feste del paese, cose così o magari posti dove fanno aperitivo, non c'è la dimensione dei locali proprio da concerti. Invece a

Torino c'è molto e l'ho percepito parecchio. A Torino ci siamo esibiti nel cortile della Cavallerizza, siamo arrivati lì tramite contatti che aveva il cantante della mia band e ci hanno invitati a suonare; è stato molto bello e c'era un sacco di gente, poi essendo la settimana dell'Eurovision Torino era bella viva.

Ti è capitato di frequentare altri luoghi di Torino per ascoltare musica dal vivo?

Io faccio servizio civile al Magazzino sul Po, che penso sia uno dei locali principali in cui suonare come band; poi c'è il Blah Blah, lo Spazio211, l'OffTopic, il Cap10100, sono questi i posti in cui suonare. Magazzino diciamo che fa un lavoro un po' più di nicchia nel senso che rimane proprio sull'underground, sul dare possibilità a progetti più particolari. Ad esempio io e la mia band stiamo lavorando a pezzi nuovi e l'obiettivo è andare a suonare lì, visto che ci lavoro e anzi mi hanno già chiesto di esibirci.

Quali sfide avete affrontato come musicisti emergenti nell'ambito della scena musicale torinese? Ci sono state opportunità inaspettate che avete sfruttato? (es concorsi ecc) Secondo te ci sono abbastanza spazi adeguati per sostenere la scena musicale locale?

Sui concorsi non ne so molto anche se sento che ce ne sono tanti, ma come band abbiamo sempre avuto un approccio distante dai concorsi anche se può essere una cosa controproducente perchè ti permettono di avere visibilità. Ma noi abbiamo sempre fatto tutto in maniera indipendente, scriviamo i pezzi e li registriamo a nostre spese, li facciamo uscire e li suoniamo ai concerti che ci troviamo noi. Adesso siamo in una fase in cui stiamo cercando qualcuno che ci produca, stiamo cercando di aprirci un po' e fare passi in avanti. A livello di spazio so che ci sono tantissime band e gente che fa musica, però ovviamente se è il tuo progetto sei tu che devi sbatterti un po' per trovare

posti in cui suonare, non c'è nessuno che ti invita. Però poi Torino ti permette di arrivare a un buon livello, dopodichè quello che penso rispetto a città come Milano o Roma, è che poi una volta che arrivi a quel livello rimani un po' fermo lì; sentendo storie di diverse persone infatti che si spostano a Milano quando vogliono fare il salto. Questo un po' mi spiace però Torino rimane secondo me stupenda su questo, perchè non c'è la logica di Milano su quanti followers hai ma un po' più romantica sulla musica, io percepisco questa cosa.

Come avete affrontato l'organizzazione delle sessioni di pratica nelle sale prove e delle registrazioni durante la pandemia?

Chiaramente nel periodo del Covid-19 siamo stati tutti un po' fermi, ci abbiamo provato a fare quei video che andavano di moda di tutti che suonavano sullo stesso schermo ma non eravamo abbastanza tecnologici quindi abbiamo mollato; poi piano piano ci siamo ripresi. La sala prove era il garage di alcuni membri della band quando stavamo più a Pinerolo, poi adesso io vivo a Torino e anche altri due membri, quindi ogni tanto affittiamo una sala prove nei Docks Dora. Solo che abbiamo sentito da chi affitta spesso, che ci sono queste sale prove che si prendono in co-gestione, tipo 5-6 band, pagando 20 euro al mese e hai quel giorno fisso a settimana con il fatto di poterti arrangiare un po' di più, quindi vorremmo andare verso una direzione del genere. Ormai ci piace stare a Torino, suonare qui e quindi anche le prove vorremmo farle qui, siamo proprio in una fase di transizione da Pinerolo e dintorni verso Torino. La sala che ogni tanto affittiamo adesso è di un nostro amico e ci fa un prezzo di favore, ma comunque sono 50 euro per tutta la sera e se ci vai anche solo una volta a settimana sono 200 euro al mese, che non sono pochi ed è assurdo.

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

Noi usiamo prevalentemente Instagram, non abbiamo un addetto social ma lo gestiamo noi, cerchiamo di fare le cose un po' serie ma sicuramente potremmo farlo meglio; diciamo che siamo in una fase in cui ci vorremmo affidare a qualcuno a livello di produzione e tutto e troveremo anche qualcuno che ci cura i social in un modo più decente.

Quali sono le vostre aspettative per il futuro? Una cosa (o più) che vorresti cambiasse nel panorama musicale torinese?

I miei obiettivi di band sono di riuscire a far uscire un bell'album, prodotto da qualcuno che ci dia una mano a livello di immagine, che ci segua con i video perchè su quello non siamo autosufficienti. E poi l'obiettivo sarebbe fare un tour nel Nord Italia, quindi avere un tour manager che ci aiuti a tirare giù un po' di date e dedicare un'estate proprio solo alla musica. Nel prossimo anno lavoreremo per raggiungere queste cose.

Quello che vorrei cambiasse è avere un po' più di spazi per suonare. Quello che percepisco è il divario come dicevo prima tra le città, che dopo che suoni un po' ovunque a Torino serve fare il salto. Parlavo con una ragazza, Anna Castiglia, che per anni ha suonato qua a Torino girando tutti i locali e diventando abbastanza conosciuta qui, ma poi è rimasta ferma per un po', infatti adesso si è spostata a Milano.

Riferimenti

- ¹Rockit, Una lista di tutti i generi musicali esistenti al mondo? Qualcuno li ha contati, e sono 1264, https://www.rockit.it/ articolo/generi-musicali-con-la
- ² Every Noise At Once, https:// everynoise.com/engenremap. html
- ³ Superprof, *Dal pop al rock* alla classica: i principali generi musicali, https://www.superprof. it/blog/scoprire-generi-dimusica-classici-e-nuovi/

Uncome, Tutti i generi musicali, https://www.uncome.it/ istruzione/articolo/tuttii-generi-musicali-19743. html#anchor_13

Notizie Musica, *Quanti sono i generi musicali?*, https://notiziemusica.it/generi-musicali/news/?refresh_ce

Alucare, Qual è la musica più ascoltata al mondo?, https://www.alucare.fr/it/quali-sono-la-musica-piu-ascoltata-del-mondo/

Idealista, Quale musica si ascolta nel mondo, https:// www.idealista.it/news/finanza/ economia/2023/01/26/172404quale-musica-si-ascolta-nelmondo

- 4 Wikipedia, Videomusic, https://it.wikipedia.org/wiki/ Videomusic#:~:text=sede%20 in%20Toscana.-,La%20 programmazione,Rock%20 the%20Casbah%20dei%20Clash
- ⁵ Spotify, *Spotify Wrapped* 2022, https://newsroom.spotify.com/2022-wrapped/
- ⁶ Cool in Milan, *I cantanti italiani* più ascoltati al mondo, https://www.coolinmilan.it/i-cantanti-italiani-piu-ascoltati-al-mondo/

- ⁷ Tattoomuse, *Chi sono i* maggiori rappresentanti del rock italiano?, https://tattoomuse. it/faq/chi-sono-i-maggiori-rappresentanti-del-rock-italiano
- ⁸ Linkiesta, *La rivincita della* musica elettronica e la critica all'uomo-macchina, https://www.linkiesta.it/2023/08/musica-elettronica-festival-post-pandemia-techno/
- ⁹ State of mind, Rap, trap ed espressione della rabbia, https:// www.stateofmind.it/2020/05/ rap-trap-espressione-rabbia/
- ¹⁰ Spotify Wrapped 2022, fonte Spotify, https://newsroom. spotify.com/2022-wrapped/
- ¹¹ "Cos'è la musica R&B?", fonte Notizie Musica, https:// notiziemusica.it/cosa-e-rnb/ curiosita/?refresh_ce
- ¹² Spotify, *Spotify Wrapped* 2022, https://newsroom.spotify. com/2022-wrapped/
- ¹³ Wikipedia, *Contemporary R&B*, https://it.wikipedia.org/wiki/
- Wikipedia, Musica classica, https://it.wikipedia.org/wiki/ Musica_classica
- ¹⁵ GQ Italia, *I 5 artisti reggaeton del momento*, https://www.gqitalia.it/show/article/reggaeton-artisti-del-momento
- ¹⁶ Notizie Musica, Che cos'è l'indie?, https://notiziemusica. it/che-cos-e-l-indie/ curiosita/?refresh_ce
- ¹⁷ Wikipedia, *Rock*, https://it.wikipedia.org/wiki/Rock
- ¹⁸ Musicmap, https://musicmap.info/

- ¹⁹ Deerwaves, Musicmap: la mappa genealogica dei generi musicali, https://deerwaves.com/ storie/musicmap-la-mappagenealogica-dei-generi-musicali
- ²⁰ Lifegate, *Le nuove città della musica*, https://www.lifegate.it/le-nuove-citta-della-musica
- ²¹ T.blog, Cosa rende una città 'musicale'?, https://www. thomann.de/blog/it/cosa-rendeuna-citta-musicale/
- ²² La Repubblica, Amy Lamè, la zarina delle notti londinesi, https://www.repubblica.it/ venerdi/interviste/2017/03/16/ news/amy_lame_gay_lgbt_ london_disco_clun_night_life-160672267/
- ²³ Celebrity Cruises, Mappa interattiva Music mapped, https://www.celebritycruises. com/music-mapped/
- ²⁴ Città di Bolzano, Bolzano nuova Città Creativa della Musica UNESCO, https:// opencity.comune.bolzano.it/ Novita/Comunicati-stampa/ Bolzano-nuova-Citta-Creativadella-Musica-UNESCO#
- ²⁵ UNESCO, *Creative Cities Network*, https://en.unesco.org/ creative-cities/
- ²⁶ Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO, *Città creative*, https://www.unesco.it/ it/italianellunesco/detail/191
- ²⁷ Cities of Music Network, The Cities of Music, https:// citiesofmusic.net/
- ²⁸ Città di Bolzano, Bolzano nuova Città Creativa della Musica UNESCO, https:// opencity.comune.bolzano.it/ Novita/Comunicati-stampa/ Bolzano-nuova-Citta-Creativadella-Musica-UNESCO#

- ²⁹ Music Cities Network, About the MCN, https://www. musiccitiesnetwork.com/about
- ³⁰ Sound Diplomacy, https://www.sounddiplomacy.com/about
- ³¹ Viaggi Corriere, 10 città per amanti della musica, https:// viaggi.corriere.it/itinerari-eluoghi/gallery/10-citta-peramanti-della-musica/

Oyster, 10 delle migliori città della musica del mondo, https:// www.oyster.com/it/articles/ worlds-best-music-cities/

Marriott Bonvoy, Le migliori destinazioni nel mondo per la musica dal vivo: 7 mete per trovare il ritmo giusto, https://www.emea.marriott.com/it/travel-tips/le-miglioridestinazioni-nel-mondo-per-la-musica-dal-vivo-7-mete-per-trovare-il-ritmo-giusto

Get Your Guide, 7 città che hanno fatto la storia della musica, https://www.getyourguide.com/magazine/2019/05/7-citta-che-hanno-fatto-la-storia-della-musica/

Paesi Online, Le città della musica in Italia e nel mondo, https://www.paesionline.it/articoli/le-citta-della-musica-in-italia-e-nel-mondo

- 32 Ansa, Coronavirus: annullato l'Eurovision Song Contest, https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/musica/2020/03/18/annullato-leurovision-song-contest_55bafd21-4afe-4cf8-9dda-cf62699d86c5.html
- ³³ Guinnes World Records, Eurovision recognised by Guinnes World Records as the longest-running annual TV music competition

- (international), https://www.guinnessworldrecords. com/news/2015/5/ eurovision-recognised-by-guinness-world-records-as-the-longest-running-annual-tv-379520?fb_comment_id=772846319496857_773219942792828/
- ³⁴ Agi, *Al via l'evento non* sportivo più seguito del mondo, https://www.agi.it/spettacolo/ musica/eurovision_2019_ mahmood-5480980/ news/2019-05-14/
- 35,36 Wikipedia, Eurovision Song Contest, https://it.wikipedia. org/wiki/Eurovision_Song_ Contest#cite_note-9
- ³⁷ Wikipedia, *Unione*internazionale delle
 telecomunicazioni, https://
 it.wikipedia.org/wiki/
 Unione_internazionale_delle_
 telecomunicazioni
- ^{38,39} Wikipedia, *Eurovision Song Contest*, https://it.wikipedia.org/wiki/Eurovision_Song_Contest#cite_note-9
- ⁴⁰ Eurovision.tv, Malmo will host the 68th Eurovision Song Contest in May 2024, https:// eurovision.tv/story/malmo-willhost-68th-eurovision-songcontest-may-2024
- ⁴¹ Eurovision.tv, 'United By Music' chosen as permanent Eurovision slogan, https://eurovision.tv/story/united-by-music-permanent-slogan
- ⁴² Pomposa, *Guido D'Arezzo*, https://www.pomposa.net/ guido-darezzo-inventoremoderne-note-musicali/
- ⁴³ Quora, *Chi ha inventato il pentagramma con tutte le note?*, https://it.quora.com/Chi-ha-inventato-il-pentagramma-con-tutte-le-

- 44 Welcome Association Italy, L'Italia, culla della cultura e Paese della musica, https://www.waitaly.net/2021/01/25/litalia-culla-della-cultura-e-paese-della-musica/
- ⁴⁵ Wikipedia, *Categoria:* generi musicali italiani, https://it.wikipedia.org/wiki/ Categoria:Generi_musicali_ italiani
- ⁴⁶ Blogging Art, *I cantautori italiani: musica e società*, https://bloggingart.it/i-cantautori-italiani/
- ⁴⁷ Wikipedia, *Canzone napoletana*, https://it.wikipedia. org/wiki/Canzone_napoletana
- ⁴⁸ Wikipedia, Secondo Casadei, https://it.wikipedia.org/wiki/ Secondo Casadei
- ⁴⁹ Wikipedia, *Liscio* (*genere musicale*), https://it.wikipedia.org/wiki/Liscio_(genere_ musicale)
- Wikipedia, Musica della Sardegna, https://it.wikipedia. org/wiki/Musica_della_Sardegna
- ⁵¹ Wikipedia, *Tarantismo*, https://it.wikipedia.org/wiki/Tarantismo
- ⁵² Wikipedia, *Tarantella*, https://it.wikipedia.org/wiki/Tarantella
- ⁵³ Touring Club Italiano, *Città italiane nelle canzoni: quali sono le più citate?*, https://www.touringclub.it/viaggiare/citta-italiane-nelle-canzoni-quali-sono-le-piu-citate

Ansa, Le città più cantate? New York, Parigi, Londra e Roma, https://www.ansa. it/canale_lifestyle/notizie/ tempo_libero/2018/01/16/ le-citta-piu-cantate-newyork-parigi-londra-eroma_0cc43731-e145-4c08af65-863d7d4be714.html ⁵⁴ Fanpage, 15 destinazioni italiane per gli appassionati di musica, https://travel.fanpage. it/15-destinazioni-italiane-pergli-appassionati-di-musica/

Snap Italy, Città simbolo della musica: le mete italiane delle sette note, https://www. snapitaly.it/citta-simbolo-dellamusica/

Paesi Online, Le città della musica in Italia e nel mondo, https://www.paesionline.it/articoli/le-citta-della-musica-in-italia-e-nel-mondo

- ⁵⁵ Wikipedia, *Premio Tenco*, https://it.wikipedia.org/wiki/ Premio_Tenco
- ⁵⁶ Umbria Jazz, https://www. umbriajazz.it/
- ⁵⁷ Paranza del geco, *Le ballate tipiche italiane, la differenza fra pizzica, taranta e tarantella,* https://www.paranzadelgeco.it/la-ballate-tipiche-italiane-la-differenza-fra-pizzica-taranta-e-tarantella/
- 58 IFPI, Reports & resources, https://www.ifpi.org/resources/
- FIMI, Engaging with Music 2022 estratto italiano, https://www.fimi.it/mercato-musicale/pubblicazioni/engaging-with-music-2022-estratto-italiano.kl
- ⁵⁹ FIMI, Aumenta ancora l'ascolto di musica in Italia: oltre venti ore alla settimana tra streaming, TikTok e concerti, https://www. fimi.it/blog/aumenta-ancoral-ascolto-di-musica-in-italiaoltre-venti-ore-alla-settimanatra-streaming-tiktok-e-concerti.

- 60 Ateatro, La legge quadro per lo spettacolo dal vivo, https://www.ateatro.it/webzine/2007/05/16/la-legge-quadro-per-lo-spettacolo-dal-vivo/#:~:text=Fanno%20 parte%20dello%20 spettacolo%20dal,teatro%20 e%20di%20spettacolo%20 urbano
- 61 Osservatorio Culturale del Piemonte, *Relazione* annuale 2022-23 "La cultura in Piemonte", https://ocp. piemonte.it/wp-content/ uploads/2023/09/ocp_ relazione-annuale-2022-2023. pdf
- 62 Osservatorio Culturale del Piemonte, Sintesi relazione annuale 2022-23 "La cultura in Piemonte", https://ocp.piemonte. it/presentazione-relazioneannuale-2022-2023-la-culturainpiemonte/
- 63 Doc Servizi, L'impatto del Covid-19 sugli invisibili del mondo dello spettacolo, https:// docservizi.retedoc.net/limpattodel-covid-19-sugli-invisibilidel-mondo-dello-spettacolo
- 64 Impatto Sonoro, Soundcheck: indagine sullo stato di salute degli spazi per la musica dal vivo in Italia, https://www.impattosonoro.it/2021/02/09/speciali/goldenground/soundcheck-indagine-sullo-stato-di-salute-degli-spazi-per-la-musica-dal-vivo-in-italia/
- 65 Young Platform, Come funzionano i concerti nel Metaverso?, https:// youngplatform.com/blog/news/ come-funzionano-concerti-nelmetaverso/

- 66 Rolling Stone, Avatar e realtà aumentata: il futuro (inquietante?) della musica live, https://www.rollingstone.it/musica/storie-musica/avatar-e-realta-aumentata-il-futuro-inquietante-della-musica-live/765877/
- 67 Fondazione Centro Studi Doc, L'impatto del Covid-19 sui tecnici dello spettacolo: la ricerca, https://www. centrostudidoc.org/index. php/2022/03/14/limpatto-delcovid-19-sui-tecnici-dellospettacolo-la-ricerca/
- 68 Fondazione Centro Studi Doc, Relazione "L'impatto del Covid-19 sugli invisibili del mondo dello spettacolo", https:// www.centrostudidoc.org/wpcontent/uploads/2023/04/ quaderno-fondazione-ricercatecnici_compressed.pdf
- 69 INPS, Lavoratori dello spettacolo, https:// servizi2.inps.it/servizi/ osservatoristatistici/18/50/62
- 70-73 Fondazione Centro Studi Doc, Tra i 3 e i 5 miliardi: l'impatto del sommerso nella musica live secondo il Centro Studi Doc, https://www.centrostudidoc.org/index.php/2020/02/14/tra-i-3-e-i-5-miliardi-limpatto-del-sommerso-nella-musica-live-secondo-il-centro-studi-doc/
- ⁷⁴ Scena Unita, *La storia* e i risultati di un progetto innovativo di solidarietà creato per il settore della musica e dello spettacolo dal vivo, https:// scenaunita.org/
- ⁷⁵ Scena Unita, Report "La storia e i risultati di un progetto innovativo di solidarietà creato per il settore della musica e dello spettacolo dal vivo", https://scenaunita.org/wp-content/uploads/2023/07/SU_pdf-x-web._corr1307pdf.pdf

- Ondarock, Gianluca Gozzi
 TOdays Festival, l'orizzonte visto dalla periferia, https://www.ondarock.it/speciali/gozzitodays.htm
- ⁷⁸ Camera dei deputati, *II*Fondo Unico per lo Spettacolo,
 https://temi.camera.it/leg18/
 post/il_fondo_unico_per_lo_
 spettacolo.html
- ⁷⁹ Osservatorio Culturale del Piemonte, *Relazione* annuale 2022-23 "La cultura in Piemonte", https://ocp. piemonte.it/wp-content/ uploads/2023/09/ocp_ relazione-annuale-2022-2023. pdf
- ⁸⁰ IRES Piemonte, *Indagine* "Clima d'Opinione", https://ires.piemonte.it/index.php/component/content/article/106-dati-e-servizi/263-clima-d-opinione
- ⁸¹ Istat, Indagine "Aspetti della vita quotidiana", https:// www.istat.it/it/files/2023/03/ Spettacoli-intrattenimenti-23marzo.pdf
- 82-84 SIAE, L'Annuario Statistico dello Spettacolo, https://www.siae.it/it/cosa-facciamo/datidello-spettacolo/annuario-statistico-spettacolo/
- SIAE, Lo spettacolo e lo sport nel sistema culturale italiano: il rapporto annuale SIAE 2021, https://d2aod8qfhzlk6j.cloudfront.net/SITOIS/Siae_Rapporto_Spettacolo_e_Sport_2021_vers_17_11_22_70c96ef00f.pdf
- SIAE, Spettacolo, intrattenimento e sport: rapporto SIAE 2022, https://d2aod8qfhzlk6j. cloudfront.net/SITOIS/ SIAE_rapporto_2022_ paginesingole_82932865fa.pdf

- ⁸⁵⁻⁹⁷ SIAE, Spettacolo, intrattenimento e sport: rapporto SIAE 2022, https:// d2aod8qfhzlk6j.cloudfront.net/ SITOIS/SIAE_rapporto_2022_ paginesingole_82932865fa.pdf
- ⁹⁹ Huffpost, *L'Italia non è un Paese per festival musicali*, https://www.huffingtonpost.it/blog/2023/09/02/news/non_e_un_paese_per_festival_musicali-
- Viva Festival, https:// vivafestival.it/en/home-winteren/
- 101 Onda Rock, *Gianluca Gozzi TOdays Festival*, https://www.ondarock.it/speciali/gozzi-todays.htm
- ¹⁰⁶ Rock Shock, *Primavera Sound* 2023, https://www.rockshock.it/primavera-sound-2023-recensione/
- 107 Il Post, Anche quest'anno si litiga sui concerti di Jovanotti in spiaggia, https://www.ilpost. it/2022/07/07/ambienteconcerti-jovanotti/
- 109 Celimondo, Cos'è un Boutique Festival e perchè è di moda?, https://celimondo.com/cose-unboutique-festival-e-perche-edi-moda/
- ¹¹⁰ Onda Rock, *Gianluca Gozzi TOdays Festival*, https://www.ondarock.it/speciali/gozzi-todays.htm
- ¹¹¹ Le Guess Who?, https://leguesswho.com/lgw
- 112 II Post, Per chi sono i grandi festival di musica di Barcellona, https://www. ilpost.it/2022/09/21/festivalmusica-barcellona-primaverapassenger/

- 114 Zero, In piazza e agli angoli delle strade con la loro musica: ma chi sono i buskers?, https:// zero.eu/it/news/i-buskers-initalia/
- ¹¹⁵ Ferrara Buskers Festival, https://www.ferrarabuskers.com/
- ¹¹⁶ Federazione Nazionale delle Arti in Strada, https://www.fnas. it/p/3/chi-siamo.html
- ¹¹⁷ Supereva, *Tutte le volte* che le star hanno cantato a sorpresa per strada, https:// www.supereva.it/star-cantatosorpresa-strada-52206
- ¹¹⁸ Maura Baima e Fulvio Peirone, Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino, Archivio Storico della Città di Torino
- ¹²¹ Wikipedia, Movimento del Sessantotto, https://it.wikipedia. org/wiki/Movimento_del_ Sessantotto
- ¹²³ Maura Baima e Fulvio Peirone, Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino, Archivio Storico della Città di Torino
- 125 La Stampa, La musica è finita: chiude Radioflash, storica emittente torinese, https://www.lastampa.it/torino/2019/07/13/news/la-musica-e-finita-chiude-radio-flash-storica-emittente-torinese-1.36994400
- ¹²⁷⁻¹²⁹ Maura Baima e Fulvio Peirone, *Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino*, Archivio Storico della Città di Torino
- ¹³² Comune di Torino, *Torino Giovani*, http://www.comune.torino.it/torinogiovani/
- ¹³³ Future Urban Legacy Lab, Progetto "Vivere, convivere, far vivere la notte a Torino", https:// full.polito.it/reader/vivereconvivere-far-vivere-la-nottea-torino/

134 Outsiders Webzine, Daniele Citriniti e il progetto lo sono la musica che ascolto, https://outsidersweb.it/2018/08/01/intervista-daniele-citriniti-progetto-la-musica-ascolto/

Report "lo sono la musica che ascolto 2018"

Report "lo sono la musica che ascolto 2019"

- ¹³⁶ Hiroshima Mon Amour, https://hiroshimamonamour.org/
- ¹³⁷ Le Roi Dancing, http://www.leroi.torino.it/
- ¹³⁸ Blah Blah, https://www.blahblahtorino.com/
- ¹³⁹ sPAZIO211, https://www.spazio211.com/

Torino Oggi, Lo sPAZIO211 vittima di furti e raid notturni dice basta: "Stufi di vivere con la paura, chiudiamo", https://www.torinoggi.it/2023/09/04/legginotizia/argomenti/cronaca-11/articolo/lo-spazio211-vittima-di-furti-e-raid-notturni-dice-basta-chiudiamo.html

- ¹⁴⁰ Bunker, https://variantebunker.com/
- ¹⁴² OffTopic, https://offtopictorino.it/
- ¹⁴³ Magazzino sul Po, https:// magazzinosulpo.com/
- ¹⁴⁴ Cap10100, https://www.cap10100.com/
- ¹⁴⁵ ARTeficiO Music Club, https://larteficio.com/
- ¹⁴⁶ Folk Club, https://www.folkclub.it/it/
- ¹⁴⁷ Jazz Club Torino, https://www.jazzclubtorino.it/il-club

- 148 Wikipedia, Stadio Olimpico
 Grande Torino, https://
 it.wikipedia.org/wiki/Stadio_
 Olimpico_Grande_Torino
- ¹⁴⁹ Pala Alpitour, https://www.palaalpitour.it/
- ¹⁵⁰ Comune di Torino, *Centri giovani a Torino*, http://www.comune.torino.it/torinogiovani/luoghi/centri-giovani-a-torino
- ¹⁵¹ Rete delle Case del Quartiere di Torino, https://www. retecasedelquartiere.org/
- ¹⁵² Arci Torino, https://www.arcitorino.it/
- ¹⁵⁴ Comune di Torino, *Musica,* arte e attività di strada a Torino, http://www.comune.torino.it/ torinogiovani/vivere-a-torino/ musicisti-e-artisti-di-strada
- ¹⁵⁵ Arthecity Torino, https:// torino.fedrosuite.com/profilo/ edit/
- 156 Corriere Torino, Eugenio in Via Di Gioia: «Dopo dieci anni, suoniamo ancora nelle strade di Torino», https://torino.corriere.it/notizie/cultura/23_marzo_22/eugenio-in-via-di-gioia-dopo-dieci-anni-suoniamo-ancora-nelle-strade-di-torino-1ff282ec-c812-11ed-b48b-1072850ccecb.shtml
- ¹⁵⁷ Open, Interviste emergenti: Eugenio in Via Di Gioia, la strada è lo spartito – Torino, https:// www.open.online/2019/11/27/ interviste-emergenti-eugenioin-via-di-gioia-la-strada-e-lospartito-torino/
- ¹⁵⁸ The busker, la musica è la strada, https://thebusker.it/
- ¹⁵⁹ Pagina Facebook "Torino buskers", https:// www.facebook.com/

¹⁶¹ Reload Music Festival, https://www.lingottofiere.it/ event/3-1018/reload-xtremedimension

Torino Jazz Festival, http://www.torinojazzfestival.it/

Jazz Is Dead Festival, https://www.jazzisdeadfestival.it/

Festa della Musica, https://www.turinoise.it/events/festa-della-musica-ditorino/#:~:text=Musica%20di%20Torino-,21%2D25%20giugno%202023,palcoscenico%20naturale%20aperto%20a%20tutti.

Evergreen Fest, https://evergreenfest.it/

Flowers Festival, https://flowersfestival.it/

Kappa Futur Festival, https://www.kappafuturfestival.it/it

Sonic Park Stupinigi, https://sonicparkfestival.it/

Apolide Festival, https://apolide.net/

TOdays Festival, http://www.todaysfestival.com/

Fuoritutti Festival, https://www.suoneriasettimo.it/fuori-tutti-festival/

MiTo Settembre Musica, https://www.mitosettembremusica.it/it

Ritmika Festival, https://www.ritmika.it/

Movement Music Festival, https://www.movement.it/

Reset Festival, https://www.resetfestival.it/

C2C, https://clubtoclub.it/

- ¹⁶² Wikipedia, *Eurovision*Song Contest 2022, https://
 it.wikipedia.org/wiki/Eurovision_
 Song_Contest_2022
- ¹⁶³ La Stampa, L'Eurovillage al Valentino: 200 artisti e 40 ore di show dal 7 al 14 maggio a Torino, https://www. lastampa.it/torino/2022/04/21/ news/l_eurovillage_al_ valentino_200_artisti_e_40_ ore_di_show_dal_7_al_14_ maggio_a_torino-3149166/
- 164 Vanity Fair, Elogio a Torino, la città dell'eleganza e della musica, amata dai turisti dell'Eurovision 2022, https://www.vanityfair.it/gallery/torinoturismo-musica-pienoneturisti-eurovision-2022
- ¹⁶⁵⁻¹⁷¹ Camera di Commercio di Torino, *Le ricadute economiche di Eurovision Song Contest* 2022, https://www.to.camcom.it/ ricadute-eurovision-2022
- ¹⁷² Maura Baima e Fulvio Peirone, Una città per cantare: un secolo di concerti a Torino, Archivio Storico della Città di Torino

Torino Today, I 5 cantanti nati a Torino più famosi nel mondo (e le loro canzoni più celebri), https://www.torinotoday.it/ attualita/cantanti-torinesifamosi-mondo.html

- ¹⁷³ Rapologia, *II rap a Torino*: alcuni rapper torinesi (anche d'adozione) che hanno fatto la storia, https://www.rapologia.it/ rap-torino-rapper-torinesi/
- ¹⁷⁴ Comune di Torino, *Torino Creativa*, http://www.comune.torino.it/torinocreativa/

Comune di Torino, *Pagella non solo rock*, http://www.comune.torino.it/pagerock/cose.htm

- 176 Manzoni Advertising, Torinosette, https://www. manzoniadvertising. com/it/stampa/ torinosette#:~:text=II%20 settimanale%20che%20da%20 pi%C3%B9,descritto%20dal%20 direttore%20Maurizio%20 Molinari
- ¹⁷⁷ Andrea Branzi, *La musica* contemporanea e il suo spazio, Lettera Ventidue
- ¹⁷⁸ Onda Rock, *Gianluca Gozzi TOdays Festival*, https://www.ondarock.it/speciali/gozzi-todays.htm
- 179 Torino Magazine, Eugenio in Via Di Gioia, quell'irresistibile amore per Torino, https://www.torinomagazine.it/eugenio-in-via-di-gioia-flag-band-torino-ti-amo-ancora-piazza-san-carlo-eurovision-sanremo/