Live Music, i consigli da seguire

img-4069-62a9d75d

Innanzitutto: come orientarsi tra gli aspetti pratici? «Condizione necessaria per poter ospitare spettacoli dal vivo è che il locale sia insonorizzato e in regola con le norme di sicurezza. Bisogna poi ottenere il permesso Siae e l'autorizzazione per concertini dal proprio Comune, con regole che variano da municipio a municipio», spiega Mauro del Caseificio della Musica di Noceto, agriturismo dotato di un laboratorio per la produzione di parmigiano reggiano, di un ristorante, di uno spazio per concerti e di una pista da ballo.

ATTENZIONE

Detto questo, attenzione. Per avere successo è indispensabile riuscire a creare attesa e interesse intorno al concerto. In che modo? «Programmando un calendario dinamico. Per accontentare il più ampio numero di clienti, bisogna infatti puntare su un cartellone variegato: non solo pop, ma anche soul, jazz e rock», risponde Olivo Persico, titolare del Paprika, uno dei pochi bar a Bergamo con servizio ristorante, pizzeria e stuzzicheria dove si possono ascoltare jazz, blues e validi artisti emergenti fino a tarda ora. E ancora: «È utile padroneggiare le nuove tecnologie e i social network. Se il sito web e la mailing list con gli indirizzi dei clienti affezionati devono essere sempre aggiornati, Facebook e Twitter vanno utilizzati per pubblicizzare gli eventi», suggerisce Mauro del Caseificio della Musica di Noceto.

Ovviamente, per la buona riuscita di un concerto, è indispensabile poter contare su un gruppo o un cantante coinvolgente. Non sottovalutate quindi l'importanza della selezione degli artisti: meglio avvalersi della consulenza di un esperto, di un'agenzia specializzata o di un direttore artistico, piuttosto che improvvisarsi manager musicali. «La programmazione di live music aiuta a incrementare il business solo quando chi si esibisce è capace di trasportare il pubblico. Al contrario, il rischio è di perderci», avvisa Olivo Persico.

«Negli anni '70 e '80, per farsi conoscere, le giovani band giravano i locali alla ricerca di ospitalità. Oggi pubblicano i propri brani su YouTube: sono cambiati i circuiti di promozione», sottolinea Memo Colucci, patron del Memo Restaurant di Milano, locale sorto sulle ceneri di un ex cinema, dotato di un vero e proprio palcoscenico che oltre a performances acustiche e unplugged di matrice jazz, pop,

blues e cantautorale, ospita anche spettacoli di cabaret e di intrattenimento, nonché eventi letterari. «Per affermarsi in un periodo difficile come questo, è essenziale ricordarsi sempre che il vero protagonista è il pubblico: va coccolato e incuriosito con proposte di valore e di ampio respiro. In questa logica, noi mixiamo musica, cabaret e letture sceniche. Inoltre, per ottenere popolarità nell'ambiente e per aumentare la credibilità del locale è utile intrecciare sinergie con le case discografiche, ospitando per esempio le conferenze stampe e gli showcase degli artisti riservati agli addetti ai lavori», aggiunge Colucci.

QUANTO COSTA ORGANIZZARE UN CONCERTO

Oltre al cachet per gli artisti, che in genere chiedono 50 euro a testa per gruppi fino a 3 persone, si deve pagare la Siae. La somma varia in base alla natura dell'evento, all'ampiezza dell'area, al numero di spettatori previsti e alla presenza o meno di un biglietto d'ingresso.

Nel primo caso, la Siae provvede alla stampa dei biglietti trattenendo, in una fase successiva, una percentuale sugli incassi. In caso contrario, incamererà il 5% del fatturato dell'intera serata.

L'esibizione di gruppi emergenti, che eseguono il proprio repertorio, comporta l'esenzione del pagamento dei diritti d'autore, previa dichiarazione scritta di non iscrizione alla SIAE.

La società comunque richiede una cauzione che verrà restituita dopo gli opportuni accertamenti e si riserva, inoltre, l'invio di funzionari che controllino la veridicità di quanto dichiarato (per ulteriori informazioni: www.siae.it). Chi organizza un dj set, oltre a Siae, deve pagare i diritti Scf: canone fisso di 9,80 euro.