

CROWD FUNDING

FINANZIARE LA MUSICA

di Francesco Bommartini

LA COLLETTA SOCIAL POTREBBE ESSERE UN MEZZO INTERESSANTE PER USCIRE DALLA CRITICA STAGNAZIONE CHE COLPISCE ARTISTI E ADDETTI AL SETTORE.

ALL'ESTERO SONO DIVERSI GLI ESEMPI VIRTUOSI. E IN ITALIA?

Finanziamento della folla: è questo il significato letterale del termine crowdfunding. Funziona così: un soggetto presenta un progetto, indica la cifra per renderlo effettivo e gli interessati contribuiscono entro una data prefissata. Spesso i soldi versati sono riscossi solo se si raggiunge la cifra obiettivo altrimenti, nella gran parte dei casi, vengono restituiti ai donatori. In Italia questa metodologia di sovvenzione viene guardata ancora di sottocchio. Curiosità mista a sospetto. Se i creativi - band, registi, scrittori - spesso cedono alla necessità di trovare fondi, non sempre i fruitori, o presunti tali, sono propensi a scommettere. E così visitare alcune piattaforme di crowdfunding italiane può intristire: tanti i progetti proposti, pochi quelli finanziati. Ma si tratta perlopiù di siti generalisti, dedicati a tutto lo scibile umano: dalla letteratura alla creazione di oggettistica fino alla donazione richiesta per sconfiggere una malattia. In Italia, come scrive Alessio Spetrino su Crowdfunder.it, esistono una quindicina di queste piattaforme. Nel mondo sono circa 450. Secondo Spetrino "nel nostro paese le donazioni online sono in forte crescita". Si tratta di un'osservazione incoraggiante, nonostante l'Italia rimanga in difetto nei confronti di altre nazioni. Ne saranno sicuramente compiaciuti i creatori di MusicRaiser, la prima piattaforma di crowdfunding italiana totalmente dedicata alla musica. La voce del gruppo Marta Sui Tubi Giovanni Gulino, fondatore del sito con la compa-

gna e ideatrice di Secret Concerts Tania Varuni, spiega: "L'idea è nata nel 2008 quando io e Tania ci siamo interessati a Sellaband, un servizio che dava la possibilità agli utenti di finanziare i gruppi musicali diventandone, di fatto, azionisti. Pur affascinati da questa nuova via non ci piaceva il business model proposto, cioè il fatto che qualcuno dovesse guadagnare sul lavoro delle band. Successivamente abbiamo visto nascere Pledge Music e Kickstarter, due realtà internazionali con un modello molto più pulito. Ci siamo informati per creare Musicraiser.com, studiando per mesi le piattaforme già esistenti". Il portale è stato inaugurato il 22 ottobre. Attualmente gli utenti possono finanziare una ventina di progetti di band e artisti. "La raccolta potenziale supera i 100mila euro", sottolinea Gulino, "dagli artisti c'è stata una risposta che non immaginavo. E non solo da parte degli italiani. Ma c'è da capire la disponibilità dei fan. Si tratta di fare un investimento". E di guardare un po' più in là del proprio naso. Gulino precisa: "Il crowdfunding non è solo una modalità di finanziamento. Dà anche lo stimolo per iniziare una campagna informativa gratuita. Si possono chiedere sussidi per girare un videoclip, organizzare tour, registrare dischi o fare una parte di tutte queste cose. Anche fotografi, gestori di locali e chiunque lavori in ambito musicale può proporci una campagna. Più bassa è la cifra da raggiungere e più facile sarà realizzare l'idea. L'importante è partire da una

fanbase e cercare di sfruttare al meglio i social network per comunicare l'iniziativa. Stiamo valutando di provarci anche con i Marta Sui Tubi, ma non abbiamo aperto subito una campagna per evitare di essere invadenti". E osserva: "Quando ho iniziato io a suonare c'era l'idea dell'artista maledetto che non cagava nessuno, il Jim Morrison della situazione. Oggi l'artista dev'essere molto più diretto, altrimenti è tagliato fuori. I fan vogliono essere costantemente aggiornati sui movimenti del proprio gruppo preferito". Tra i musicisti di caratura nazionale c'è anche chi si è già affidato al crowdfunding, segno inequivocabile della difficile situazione discografica italiana. È il caso di Stefano Edda Rampoldi, ex cantante dei Ritmo Tribale, tornato attivo nella scena musicale nel 2008 con il suo progetto solista. Massimo Necchi, socio fondatore dell'etichetta Niegazowana Records con Andrea Piccolini e Fabio Capalbo, racconta: "Abbiamo provato a testare l'interesse per la realizzazione delle stampe in vinile dei due dischi di Edda; Sempre Biot e Odio i vivi. La campagna di raccolta fondi è durata da maggio a luglio e l'abbiamo implementata sul nostro sito. Avevamo fissato un traguardo di 2500 euro a vinile, ma siamo riusciti a raccogliercene circa 900 per ogni lp. Sinceramente non mi piace il crowdfunding come idea unica per finanziare una proposta, può invece essere interessante per progetti particolari. Vero è che, nella discografia, di soldi ne girano pochi. Quindi può essere utili avere le spalle coperte per alcuni progetti più rischiosi. Sicuramente, se riproveremo, lo faremo appoggiandoci a piattaforme più affermate". Insomma, missione fallita. Almeno per il momento. Ma ci sono esperienze positive pure tra gli artisti italiani. Anche se le cifre grosse spesso vengono raccolte tramite piattaforme estere. È il caso degli Honeybird & The Birdies, che su Kickstarter, con la campagna You should coproduce, sono riusciti a racimolare quasi 7000 dollari superando di oltre 1000 l'obiettivo che si erano preposti. Ma pure dei Selton, brasiliani residenti a Milano che hanno oltrepassato quota 9000 dollari su Indiegogo. Virginia Caroli, 26enne laureatasi in Gestione e Innovazione delle Organizzazioni Culturali e Artistiche all'Università di Pisa, nonché fotografa appassionata di musica e conoscitrice della pratica crowdfunding, dice: "Il sito italiano di crowdfunding più longevo è Produzione Dal Basso, nato nel 2005. In sette anni ha raggiunto 21.606 iscritti che sono riusciti

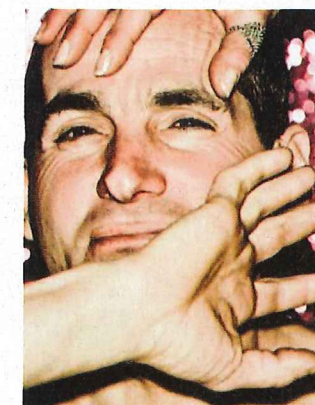
a finanziare 201 progetti. Non molti, se si raffronta questo risultato con quelli raggiunti dalle realtà estere". Basti pensare che su Kickstarter, invero la più famosa realtà di questo genere, attivo dal 2009, sono stati lanciati ormai 70mila progetti con un 44 per cento di realizzazione. Tra questi quello di Amanda Palmer, ex voce delle The Dresden Dolls, che ha sfondato quota 1 milione e 100mila dollari. Ma in Italia siamo ancora lontani da questi traguardi. Nessuno può competere, di qualsiasi ambito si parli, di qualsiasi portale si tratti. Eppela, YouCapital, Starteed, Zummolo, Kapipal ci provano, e a volte ci riescono. Ma si muovono a piccoli passi rispetto ai compari d'oltreoceano. "Ci sono varie motivazioni", spiega Virginia, "innanzitutto noi italiani siamo meno informatizzati, solo la minoranza possiede un conto Paypal, abbiamo meno familiarità con l'e-commerce e con l'acquisto su Internet. Poi c'è diffidenza sugli investimenti. Tanti si domandano dove vanno a finire i soldi". E, cilliegina sulla torta, c'è sempre l'idea che "massi, lo finanzia qualcun altro". Cosa che puntualmente non accade. D'altronde la legge dello scaricabarile non funziona nemmeno in politica, figuriamoci in quella che dovrebbe essere una nuova (buona) pratica. Senza contare che negli USA, culla delle maggiori piattaforme di crowdfunding, la commistione tra underground e mainstream, e la propensione all'imprenditoria nata in garage, è più pregnante che in Italia. "Manca educazione", conferma Virginia Caroli, "nel senso di formazione del pensiero in questo senso. MusicRaiser è un format intelligente. Certo resta il fatto che gli artisti non possono arrangiarsi da soli. E i social sono fondamentali, altrimenti le persone non potrebbero sapere dell'esistenza delle campagne. Ma lo sono anche le ricompense, che devono essere ben architettate tenendo presente che il mecenatismo è sostanzialmente finito". Ad ogni ricompensa corrisponde una certa cifra. Si può offrire di tutto: dal cd autografato alla visita in studio di registrazione, dal live esclusivo a foto inedite. Tirando le somme, per proporre una buona campagna sono necessarie cooperazione, la creazione di un rapporto di fiducia tra consumatore e produttore che spinga il primo ad aprire il portafoglio, o meglio la pagina web della propria carta di credito o Paypal. E ovviamente una connessione a Internet. Altrimenti lo stesso tipo di operazione potrebbe semplicemente chiamarsi colletta, ma avrebbe un sapore totalmente diverso. *

GIOVANNI GULINO

© Ilaria Magliocchetti Lombi



EDDA



HONEYBIRD & THE BIRDIES

© Martina Monopoli