

## Cifre stonate



2005 Spesa media di una famiglia per cultura (% del budget)	2008 Spesa pro-capite per acquisto di strumenti musicali (in \$)	2008 Introiti della vendita di Cd (milioni di euro)	2004 Cd e altri supporti audio acquistati pro-capite
Europa 8,4	Usa 25	Usa 8.598	Regno Unito 3,1
Austria 12,6	Giappone 20	Regno Unito 2.430	Usa 2,8
Regno Unito 12,3	Regno Unito 14	Francia 1.560	Francia 1,9
Spagna 6,4	Francia 12	Spagna 410	Spagna 0,9
<b>ITALIA 5,8</b>	<b>ITALIA 6</b>	<b>ITALIA 463</b>	<b>ITALIA 0,6</b>

Fonte: Eurostat, European Commission, Iulm, Ifmp

ha radici profonde, antiche di secoli: il mancato decollo della borghesia in epoca illuminista; la mai compiuta emancipazione dal potere feudale e clericale; quella gerarchia culturale molto nostrana che ha estromesso la musica dall'aristocrazia dei saperi teorici, declassandola a pura pratica e condannandoci a quell'estetica da sordi di cui Benedetto Croce fu l'apoteosi.

Alla foce di questo grande fiume malato ecco discografici depressi, editori in svendita, fondazioni liriche alla canna del gas, musicisti che scioperano o si incatenano, orchestre che affogano, scuole che scacciano la musica dai loro programmi (a gara con le tv generaliste), classifiche di vendita che premiano la monnezza, ministri che solo all'idea di spender soldi per la musica scadono nel turpiloquio.

Purtroppo o per fortuna la musica è una spugna, è la più efficace e impietosa cartina al tornasole del sentire individuale e collettivo. La musica tocca, smuove, eccita, identifica come nessun'altra arte. Per questo essa suona oggi stonata, pomo della discordia, megafono del malessere culturale che accompagna questa nostra decadenza di nazione, e di cui Berlusconi è solo la ciliegina sulla torta, il prodotto di un sistema il cui degrado è in atto ormai da decenni. Tutti hanno colpe, qualcuno ha delle scusanti: dai politici che vorrebbero liberarsene bollandola come puro parassitismo, a certi «operatori del settore» che, come un mantra, intonano un lamento delle vittime nel quale scorrono troppe lacrime di cocodrillo. E poi trafficanti di cd pirata, discografici, editori, venditori, agenzie di management, Siae, Enpals, musicisti, compositori, docenti, direttori artistici, assessori, sovrintendenti, radio, televisioni. E, infine, milioni di italiani, ossia l'affezionata clientela di un'incultura e di una connessa sordità

ormai promosse a virtù nazionali.

In questo grande *Music Circus* gli onesti, i virtuosi, gli appassionati, costretti gomito a gomito con furbetti e lestofanti, sono incapaci di arrestare la deriva. E poiché non se ne può più di raccontare disastri, urge la risposta: come fare affinché le capacità, la dirittura, la bellezza (sì anche lei, visto che parliamo di musica) ritrovino voce e forza e seguito? Certo: fermare quella grande macchina infernale che senza tregua lavora a raschiare via dalla società civile indipendenza di giudizio, valori culturali, coscienza etica e di cui l'attuale governo è solo il braccio operativo incaricato di neutralizzare il sistema produttivo della cultura, dell'arte e della formazione. Già questo sarà un'impresa. Ma il difficile viene dopo.

Musicalmente, cioè culturalmente, l'Italia è un terreno bruciato nel quale bisognerà tornare a seminare e a far crescere l'erba buona. Tutti – tutti! – gli indicatori culturali (si veda a fian-

### Seminare bene Istruzione, media e comunicazione: è qui la vera sfida

co) denunciano il nostro distacco dall'Europa in termini non tanto di produzione, ma di domanda, cioè di consumi culturali. Occorre dunque far crescere negli italiani l'amore per questi accessori imprescindibili della dignità umana, riscoprendoli come bisogni irrinunciabili. Tre sono gli strumenti a disposizione: scuola, università e comunicazione. Non solo per la musica, la battaglia più dura si combatte proprio in questi tre settori che il governo, ben sapendo quanto siano strategici per il controllo sociale, stringe in una morsa inesorabile. ●

## L'Inghilterra ci batte 5 a 1 per cd venduti

**Le ricerche Eurostat, Iulm & co: rispetto agli altri paesi europei noi siamo il fanalino di coda in quanto a consumo culturale**

Il solito disfattismo della sinistra? Giudicate voi questi dati di Eurostat.

Quanto spende una famiglia europea per la cultura? Nel 1999, nell'Europa a 15, i consumi culturali assorbivano in media il 4,5% del budget domestico, con punte del 5,4% (Germania) e 5,8% (Danimarca). Ultima in classifica proprio l'Italia col 2,4%, dietro la Grecia (2,7). Nel 2005 la spesa familiare media per cultura e ricreazione nell'Europa dei 27 è stata dell'8,4%. Nel Regno Unito il 12,3, in Austria il 12,6, in Italia solo il 5,8. C'è un perché: nell'Europa del 2006, in media su cento persone al di sotto dei quarant'anni 27 erano laureate. In Belgio e Finlandia 40, in Francia e Spagna 37, in Gran Bretagna 35. In Italia solo 16.

**La pratica musicale amatoriale.** Nel 2006 (Eu27), il 10% della popolazione ha suonato uno strumento, il 15% ha cantato, il 19% ha danzato. In Italia le percentuali si fermano rispettivamente a 7, 9 e 5%. Ma per suonare ci vuole uno strumento. Secondo il rapporto IULM sull'Economia della Musica in Italia, nel 2008 la spesa pro-capite per strumenti musicali è stata negli Usa di 25 dollari, in Gran Bretagna 14, in Germania 13, in Francia 12, in Italia 6 dollari.

**I prezzi.** Maggio 2003, tournée europea di Keith Jarrett: al Parco della musica di Roma biglietti fra 65 e 130 euro. Pochi giorni prima a Lon-

dra, South Bank Center, prezzi fra 29 e 72 euro. Nel luglio 2008 eccolo di nuovo: a Parigi 60/85 euro; a Lione 40/40; ad Antibes 20/64; a Roma 50/100, a Torino 40/149,5.

**E arriviamo ai cd.** Secondo l'Ifpi (la federazione delle major discografiche) nel 2008 in Italia la vendita al dettaglio dei cd ha fruttato 463 milioni di dollari, contro i 1.560 della Francia, i 2.355 della Germania e i 2.430 milioni del Regno Unito. Italia Francia e Gran Bretagna hanno un numero di abitanti paragonabile, ma il nostro mercato

### Confronti Non si comprano strumenti ed i concerti sono i più cari

è da tre a cinque volte inferiore. In soldoni significa che se da noi si acquista un cd in Francia se ne comprano tre e in Gran Bretagna cinque.

**I pirati.** Obiezione prevedibile: «E i pirati dove li mettiamo?». Bene: per il 2005 l'Ifpi stimava i ricavi del mercato clandestino italiano al 17% del mercato legale, il che non colma certo il divario. E quanto al peer-to-peer esso è maggiore nei paesi dove la banda larga è più diffusa, non certo in Italia.

G.M.