

1° Music Italy Show

Bologna s'è desta!



www.ecostampa.it

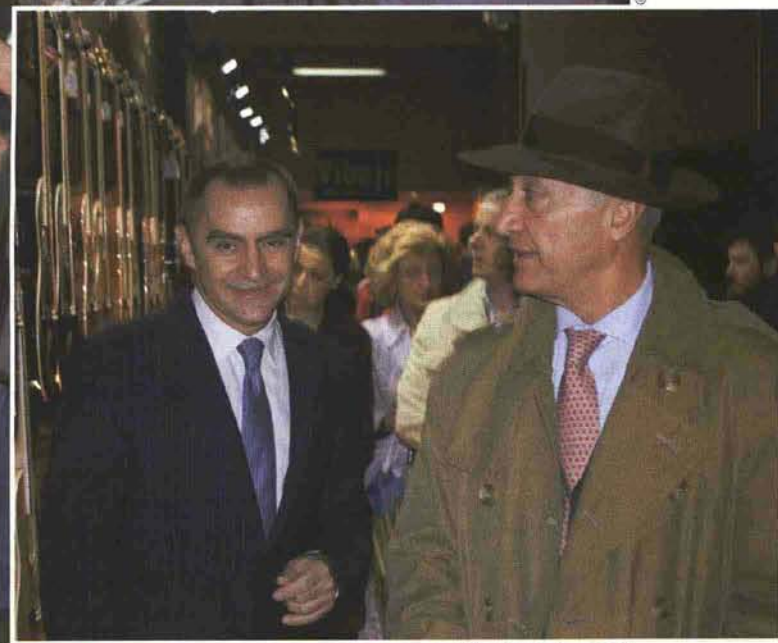
087258

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Si è svolta nel capoluogo emiliano dal 15 al 17 maggio la prima edizione del nuovo salone della musica promosso da Dismamusica e da Bologna Fiere. Presenti 146 espositori e 27.800 visitatori da tutta Italia. Negli stessi giorni il grande concerto "Ultimate World Guitar Exhibition" ha portato in piazza Maggiore, nonostante la pioggia, oltre 10.000 persone



© CRISTINA BALLARONNI



testo di FILIPPO MICHELANGELI foto SUONARE NEWS

C’era grande attesa per la prima edizione del *Music Italy Show* di Bologna. E, ammettiamolo, c’era anche un po’ di scetticismo. Una sfiducia dovuta non soltanto alle difficili condizioni del mercato degli strumenti musicali e alla crisi economica internazionale, ma soprattutto al ricordo ancora fresco del *flop* della prima e unica edizione del *Meet* di Milano, una fiera che nel 2007 sembrava aver messo la parola fine alle velleitarie ambizioni di Dismamusica, l’associazione di distributori ed editori musicali italiani che per dieci anni aveva promosso il *Disma Music Show* di Rimini per poi traghettarlo nell’infelice piazza milanese. Ma in tre anni la “confindustria” della musica ha saputo rinnovarsi e non ha smesso di pensare in grande. Finita la lunga presidenza di Antonio Monzino che, va ricordato, era stato il protagonista della fortunata serie di successi riminesi, il timone dell’associazione è passato a Claudio Formisano, l’instancabile *patron* della giovane ma agguerrita Master Music di Rodano (MI), che ha saputo trasferire la fantasia delle proprie origini napoletane alla proverbiale pragmaticità meneghina. Eletto all’inizio del 2009, Formisano ha serrato i ranghi dell’Associazione, che usciva indebolita dall’esito insoddisfacente del *Meet*, ha recuperato la fiducia dei soci e ha rilanciato un nuovo grande pro-

getto di una fiera unitaria della musica a Bologna.

Abbandonato il periodo di settembre che non aveva portato fortuna al salone lombardo, si è deciso di ritornare alla tarda primavera, dal 15 al 17 maggio. Giusto un paio di mesi dopo la *Musikmesse* di Francoforte, la colossale fiera tedesca che da sempre è tappa irrinunciabile per gli operatori del settore.

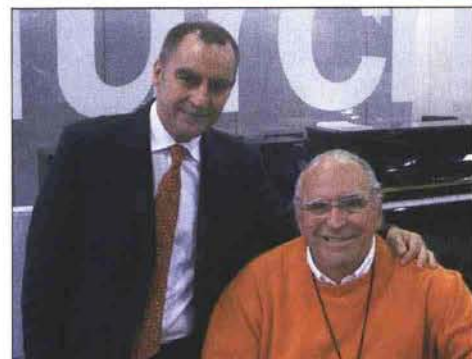
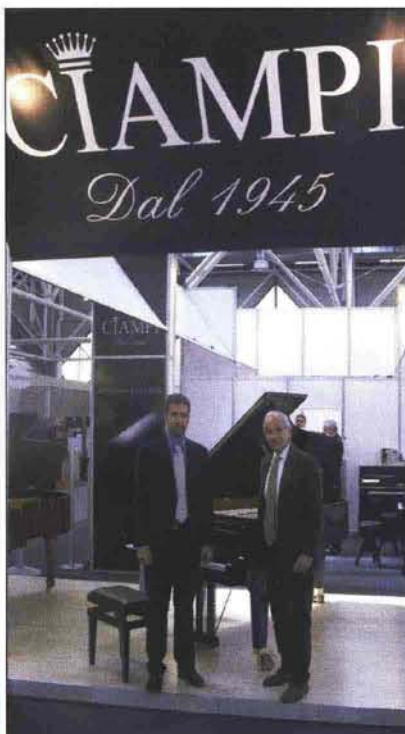
Fatto l’accordo con Bologna Fiere, bisognava trovare una sponda nell’amministrazione locale, in modo che il nuovo salone venisse inserito in una più ampia programmazione musicale cittadina. Nasce così il *Music Heaven* (il paradiso della musica, ndr), un mega festival dedicato alla chitarra elettrica guidato da Guido Elmi, il *promoter* di Vasco Rossi. Tutto sembra andare per il meglio quando i noti fatti di cronaca decapitano la giunta comunale del capoluogo emiliano. Travolto dagli scandali si dimette il sindaco Flavio Delbono e poi tutti gli assessori, compresa Nicoletta Mantovani, la giovane vedova di Luciano Pavarotti, che è responsabile della promozione culturale del Comune di Bologna e che ha fortemente voluto il *Music Heaven*.

I bolognesi non vanno al voto, al posto del sindaco arriva il commissario straordinario Annamaria Cancellieri. Viene rinneso tutto in discussione, compreso il *Music Heaven* che alla fine, pur ridimensionato, viene confermato.

Formisano non si dà per vinto. La vendita degli spazi espositivi procede senza soste. A un mese dal debutto del *Music Italy Show* i tre padiglioni destinati all’esposizione sono esauriti: 146 espositori. Per essere la prima edizione, un miracolo. Adesso manca il pubblico. Le aspettative degli operatori sono alte, ci vogliono almeno 25mila visitatori. E l’Italia sta attraverso

Folla di visitatori alla prima edizione del Music Italy Show di Bologna. Nel riquadro, Claudio Formisano (a sin), presidente di Dismamusica e Fabio Roversi Monaco, presidente di Bologna Fiera, visitano l’esposizione

Da sin. in alto, in senso orario: Alfredo Arnone, titolare della Arnone pianoforti di Arzano (NA); Patrizia Bauer, presidente dell'omonimo gruppo bolognese importatore di Fender in Italia; Alfonso (a sin) e Andrea Lavelli, titolari dell'azienda veneziana di corde Dogal; Gabriele (a sin) e Silvio Ciampi, presidente della Ciampi pianoforti di Roma; Claudio Formisano (a sin) e Roberto Furcht, presidente della Furcht pianoforti di Milano; il direttore del Conservatorio dell'Aquila Bruno Carioti riceve le chiavi di un pianoforte a coda donato all'istituto abruzzese dal presidente dell'Aiarp Luciano Del Rio



sando una crisi che certamente non aiuta ad essere ottimisti. Il *media planning* è già stato predisposto. Le testate di settore sono tutte allertate da gennaio, ma sono i *massmedia* generalisti che devono ancora dare fuoco alle polveri. Siti internet, radio, quotidiani, settimanali, mensili, *free press*, volantini ai concerti, manifesti nei negozi di musica, conferenze stampa ovunque, interviste; nessuna strada si lascia intentata.

A pochi giorni dal fischio di inizio, le previsioni meteorologiche sono pessime. Il primo giorno è previsto mal-

tempo in tutto il Nord Italia. Pioggia incessante, nessuna schiarita. Almeno fino a domenica.

Arriviamo così alla vigilia. Venerdì 14 maggio nei padiglioni della fiera di Bologna gli allestitori sembrano tante api operaie intente a costruire un grande alveare musicale. Alle ore 19 il trapano stringe l'ultima vite: gli stand sono finiti, gli espositori guardano con orgoglio e trepidazione i 3 padiglioni. Tutto è pronto per l'arrivo del pubblico.

La mattina di sabato, come previsto, a Bologna diluvia. L'inaugurazione avviene al-

l'aperto sotto la pensilina per proteggersi dall'acquazzone. La banda intona la fanfara, il presidente della Fiera Fabio Roversi Monaco saluta il pubblico, il chitarrista elettrico svedese Yngwie Malmsteen dona una chitarra alla città e finalmente prende la parola Formisano. È entusiasta, il *Music Italy Show* è la sua creatura e adesso sta per vedere la luce. Ringrazia tutti, è emozionato, sa che dal successo della fiera dipenderà anche il suo destino.

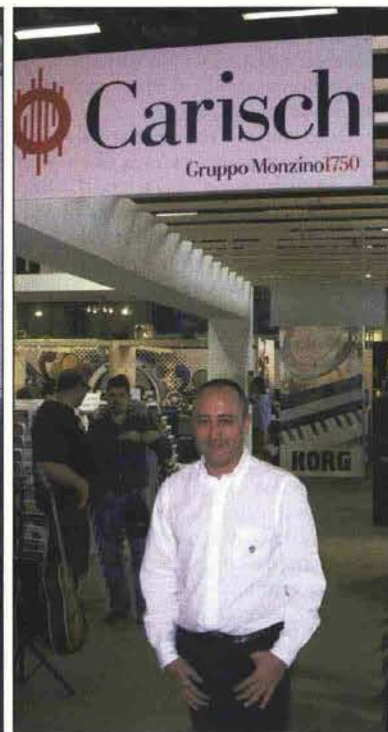
Alle 10 apre la fiera. Le lunghe file ai tornelli d'ingresso non diminuiranno per

tutti e tre i giorni. E lunedì sera, alle 17 quando il salone della musica chiuderà i battenti, il totalizzatore avrà contato 27.800 visitatori: un trionfo.

Ma vediamo chi c'era al *Music Italy Show* e i commenti degli operatori.

Italo Iovane, responsabile marketing di Mkm di Voghera (PV) è soddisfatto. «Il primo giorno è stato eccellente sia dal punto di vista dell'affluenza sia della qualità dei visitatori perché c'erano anche molti musicisti interessati e che hanno provato gli strumenti. È stato un successo; è

Da sin in alto in senso orario: lo staff al completo delle Edizioni Curci di Milano; da sin, Lina Manfra, Laura Moro, Samuele Pellizzari, Cinzia Di Dio La Leggia e Francesca Centuori; il salone che ospitava l'incontro professionale dei rivenditori di spartiti; Germano Dantone, responsabile editoriale della Carisch di Milano; Paolo Fazioli, presidente dell'omonima azienda di pianoforti di Sacile (PN); lo stand della Frenexport di Recanati (MC), distributore esclusivo del marchio Behringer; Umberto Tonnarelli, direttore commerciale della Eko Music Group di Montelupone (MC)



stata organizzata anche abbastanza bene, anche se c'è sicuramente qualcosa da migliorare. Comunque è da quasi 20 anni che faccio questo lavoro, ho partecipato a quasi tutte le fiere del settore e posso dire che, anche rispetto ai Disma degli anni precedenti, la prima edizione del *Music Italy Show* è stato un evento importante, soprattutto dal punto di vista dei numeri. In questo momento ci voleva».

Patrizia Bauer, presidente dell'omonima azienda di Cadrano di Granarolo, nel bolognese, gioca in casa ed è raggiante: «C'era la necessità

di una grande fiera italiana. Volevamo tanto pubblico e l'abbiamo avuto. La scelta del presidente Formisano di portare la fiera a Bologna si è rivelata vincente.» Sopra al padiglione 33, quello destinato all'elettronica, è stata allestita la mostra *Love Me Fender*, dedicata alla leggendaria chitarra americana a cura di Luca Beatrice e di Casale Bauer, distributore per l'Italia del marchio. Si tratta di lavori inediti realizzati da 26 artisti che compongono un mosaico interdisciplinare tra arte e musica. «L'abbiamo portata in fiera – commenta

Patrizia Bauer – dopo averla esposta per 43 giorni al Museo della musica di Bologna registrando un record di 13mila visitatori».

Tommaso Galli, amministratore dell'omonima azienda di corde napoletana, è deciso: «Il mio è un giudizio abbastanza positivo; soprattutto a livello di pubblico sono stati tre giorni pieni di persone interessate che volevano conoscere i materiali, i prodotti che abbiamo presentato in occasione della fiera. Per essere la prima edizione abbiamo registrato davvero un'ottima affluenza, speria-

mo che sia un buon segnale per il futuro».

Angelo Bocchiola, direttore generale di Universal Publishing, proprietaria tra gli altri di Casa Ricordi, non ha dubbi: «È andata bene, tanto pubblico e tanti rivenditori. Nel nostro padiglione c'è stata qualche pecca dovuta all'inesperienza. C'era troppo rumore, ma è una questione tecnica rimediabilissima.» Se la fiera si svolgerà anche l'anno prossimo pensa di tornare? «Certo, ho trovato azzeccata anche l'apertura di 3 giorni».

Un commento a caldo an-

Intervista con Claudio Formisano, presidente di Dismamusica

Il successo della fiera? Mettersi a disposizione di tutti

Prima di tutto, congratulazioni! La prima edizione del Music Italy Show di Bologna è stata un vero successo. Lei si è speso moltissimo per lanciare questa manifestazione. Quali sono stati i problemi più difficili da risolvere?

Grazie per i complimenti, i problemi sono stati tanti: staccarsi dal modello precedente che non poteva essere più di appeal per nessuno, trasmettere il concetto di fiera intesa come punto di riferimento e non solo punto di incontro per scambi commerciali e riuscire ad offrire un nuovo e più ampio bacino di utenza che desse concrete prospettive di crescita e sviluppo unito alla possibilità di offrire costi di soggiorno contenuti.

Bologna si è dimostrata una città ideale per ospitare una fiera: facile da raggiungere da tutta Italia, il quartiere fieristico ha persino un'uscita dedicata sull'autostrada e la ricettività e l'accoglienza degli emiliani è stata apprezzata da tutti. Con un'edizione ormai alle spalle c'è qualcosa che l'ha delusa?

Non posso dire che qualcosa in particolare mi abbia deluso, in generale Bologna ha risposto egregiamente e intelligentemente sia come fiera, sia come città. Come ha detto giustamente lei è una città che offre una soluzione per ogni esigenza e questo per una manifestazione come la nostra, che si rivolge soprattutto a giovani e studenti, è di importanza basilare. La differenza sostanziale tra la sede precedente e questa è racchiusa proprio in questa formula: prima avevamo solo i costi contenuti, ora abbiamo le stesse condizioni ma con prospettive di crescita su un orizzonte vastissimo. Ci auguriamo che il Comune di Bologna, trovato il suo equilibrio, ci consenta di riaprire al più presto il dialogo culturale che fa parte del nuovo format da noi proposto, che era stato accolto con il massimo entusiasmo e con tante iniziative che, a causa dei fatti di cronaca a tutti noti, sono state ridotte o cancellate o rinviate.

Nel padiglione acustico, dove erano presenti i pianoforti, si sono lamentati per l'eccessivo rumore di alcuni espositori. Come pensate di risolvere il problema nella prossima edizione?

Un errore banale, una svista faticosa, macroscopica ma, in quanto tale, irripetibile. Abbiamo già parlato con i maggiori esponenti del settore, che erano presenti, i quali con grande disponibilità e comprensione hanno capito l'assoluta man-



Claudio Formisano, presidente di Dismamusica, 56 anni, napoletano

canza di volontà per l'accaduto che è stato frutto di una serie di piccole circostanze involontarie. Per la prossima edizione non solo è prevista una revisione totale dell'assegnazione degli spazi del padiglione acustico che garantisca le condizioni ottimali, ma addirittura la collocazione di un palco dedicato esclusivamente al pianoforte acustico e alla liuteria (archi e chitarra classica) per dare massimo risalto al settore.

I dati del mercato degli strumenti musicali diffusi da Dismamusica nei giorni della fiera archiviano il 2009 con un timido (+0,9%), ma clamoroso, segno positivo. In anni di crisi economica è un miracolo. Se l'aspettava?

All'inizio dell'inverno scorso vista la situazione economica di quel momento lo potevo solo sperare, poi avvicinandomi alla fine dell'anno ed avendo avuto occasione di incontrare e parlare con i principali operatori che, lo ricordo con orgoglio, sono tutti associati Dismamusica, ho avuto la netta sensazione che il settore avesse buone possibilità di chiudere per lo meno in pareggio, cosa che poi si è avverata ma in maniera addirittura migliorativa. Sono cin-

que anni consecutivi che il settore cresce, ora diciamo che lo 0,9% di quest'anno rispetto al + 3,4% del 2008 non è una battuta di arresto ma un avvertimento. Ma con il Music Italy Show Dismamusica ha dato una risposta chiara, netta, inconfutabile. L'ennesima prova della sua lungimiranza, della compattezza nei momenti critici e della qualità dei suoi componenti.

Per dieci anni la fiera della musica si è svolta a Rimini, un anno a Milano. Adesso tocca a Bologna. Gli strumenti musicali hanno finalmente trovato la casa giusta?

Sì, come dicevamo poc'anzi Bologna ha tutte le caratteristiche per essere il luogo di incontro annuale, insieme a Dismamusica divenire il polo di riferimento della musica italiana e un valido interlocutore, a livello internazionale, in futuro. Le basi ci sono e le strutture anche, la disponibilità della città è ampia, e la partnership è fluida, con un buon coordinamento vedo solo possibilità di crescita. Mi auguro vivamente che la città sappia cogliere in tutte le sue sfaccettature questa grande opportunità e metterle a frutto fin dalla prossima edizione di Music Italy Show.

Dismamusica, di cui è presidente, non è soltanto partner nell'organizzazione di fiere. Quali sono i vostri obiettivi istituzionali?

L'argomento è vasto e complesso, cerco di sintetizzare. Dismamusica si propone di valorizzare la pratica musicale quale potente mezzo educativo, formativo, sociale e ludico, di diffondere con il "fare Musica" il patrimonio culturale che esso genera e creare così i presupposti per la crescita del mercato. Con questi argomenti vogliamo sensibilizzare le istituzioni perché diano il giusto peso e attenzione al comparto in tutte le sue forme e sfaccettature, ed i mezzi necessari per la sua attuazione. Tutti siamo consapevoli dello stato attuale dell'economia nazionale ed internazionale, ma noi non vogliamo risolvere tutto subito, vorremmo però vedere un cenno di cambiamento, una direzione verso la soluzione. Inoltre Dismamusica raccoglie da oltre 25 anni i dati di mercato, una preziosa fonte di informazione professionale per tutto il settore.

Quest'anno il Music Italy Show era dedicato alla chitarra. Avete già deciso a quale strumento dedicherete la prossima edizione?

Questo è ancora argomento di dibattito tra i soci di Dismamusica, anche se in molti si sono espressi positivamente per Tastiere e Pianoforti. Onestamente sarebbe incauto darlo già per scontato.

che da Claudio Sabbatini, titolare di Musictech di Castelfidardo (AN): «A livello di pubblico siamo molto soddisfatti, abbiamo avuto molti visitatori interessati alla fisarmonica digitale che ormai sta prendendo campo, è innovativa e il digitale è sempre più apprezzato e ricercato. Adesso speriamo che arrivino gli ordini...»

Sandro Fontanella, *product specialist* di Ketron, specializzata nelle tastiere e nei pianoforti digitali è soddisfatto: «Non vedo un afflusso così alto da anni. Ho riscontrato soprattutto un'incredibile presenza di giovani, il che significa che sono interessati alla musica e che la musica è sempre di grande attualità». Un bel segnale quindi? «Direi di sì, perché negli ultimi anni abbiamo partecipato anche ad altre manifestazioni ma non avevo notato questa partecipazione».

Nel padiglione dei pianoforti il clima è più teso. L'ingegner Fazioli, titolare dell'omonima azienda di Sa-

cile (PN), è furibondo. «Ma le pare che si possano mettere vicini pianoforti a coda e batterie?» mi domanda. «Se non intervengono subito chiudo lo stand e me ne vado». In realtà, dopo un primo accenno di resa, lo stand Fazioli resterà regolarmente aperto fino alla fine della fiera.

Più disteso, ma critico, anche Giovanni Doria, responsabile della Strinasacchi di Verona, rappresentante Steinway per l'Italia. «Abbiamo fatto venire tutti i nostri concessionari per portare a Bologna marchi importanti come Steinway e Boston, ci saremmo aspettati più attenzione. Peccato, sarebbe bastato poco per evitare di farci sommergere dal rumore. Un pianoforte ha bisogno di silenzio per esprimere le sue potenzialità».

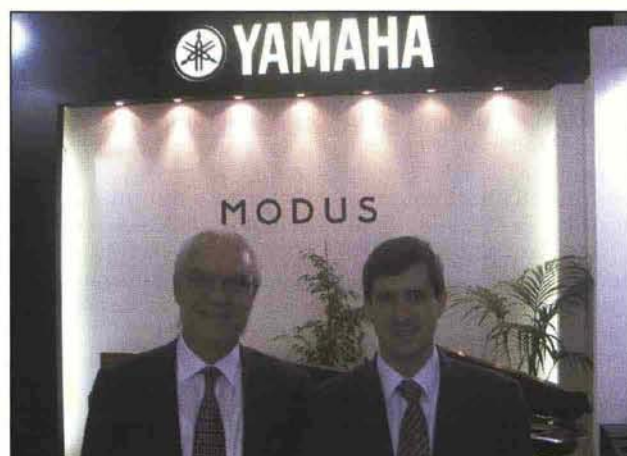
Andrea Furcht, direttore generale della Furcht di Milano, importatore dei pianoforti giapponesi Kawai, dà un voto alla fiera: «Sette e mezzo. C'è stato tanto pub-

blico e una discreta presenza di rivenditori. La fiera è stata lanciata bene, ma il rumore è stato davvero troppo e la prossima volta l'organizzazione ha il dovere di prendere provvedimenti».

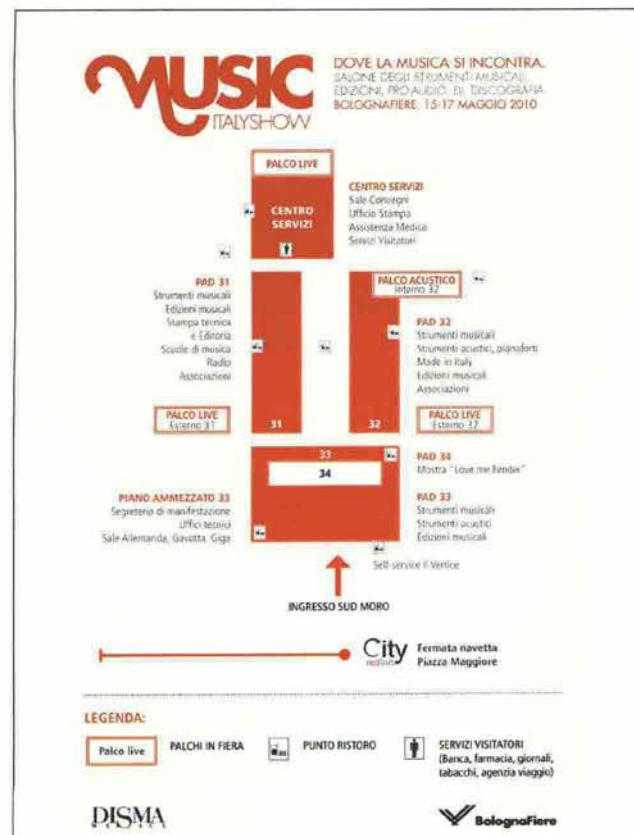
Un coordinamento che l'anno prossimo Andrea Fur-

cht potrà seguire più da vicino dopo la nomina nei giorni scorsi come presidente di Dismaservizi, il braccio operativo di Dismamusica guidata da Claudio Formisano.

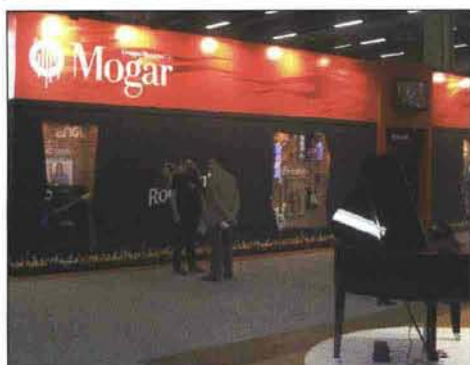
Positivo anche il giudizio di Silvio Ciampi, titolare dell'omonima azienda romana,



A sin, la mappa del Music Italy Show di Bologna. Si riconoscono i tre padiglioni n. 31, 32 e 33. Dall'alto: lo stand della Roland di Arese (MI), filiale italiana della corporation giapponese; Matteo Rugginenti e Mariangela Ciurleo della Rugginenti editore di Milano; Giorgio Marotti, responsabile pianoforti acustici, e Marco Papini, presidente di Yamaha Musica Italia di Lainate (MI)



Da sin. in alto in senso orario: Andrea Furcht (a sin) e Giorgio Rebaioli della Furcht pianoforti di Milano; Giovanni Doria e Claudia Begalli della Strinasacchi di Verona, rappresentante esclusiva dei pianoforti Steinway; Raffaella Di Rienzo e Alessandro Quatela di Casio Italia, filiale italiana del colosso giapponese dell'elettronica; Luigi Borgogno (a sin) e Tommaso Galli dell'omonima fabbrica napoletana di corde per chitarra; Antonio Monzino, presidente del gruppo Monzino attivo nel mondo musicale da oltre due secoli e la moglie Manuela; lo stand della Mogar music di Lainate (MI)



che in fiera annuncia l'acquisizione della fabbrica nella Repubblica Ceca dove vengono costruiti i pianoforti Burger & Jacobi.

Gennaro Schlitzer, presidente della napoletana Queen's: «Abbiamo visto molto pubblico e molti rivenditori. L'unica difficoltà è stata la convivenza con gli altri stand»

Soddisfazione per Stefano Pizzichini, titolare della Stefy Line di Ancona. «Una grande affluenza di pubblico - afferma sorridente - e anche di negozianti. In definitiva, un buon riscontro, positivo.

Certo si può sempre migliorare, ma come Stefy Line partecipiamo ad altre fiere del settore da ormai 20 anni e il *Music Italy Show*, considerato che è al suo primo anno, è stato organizzato abbastanza bene. La *location* poi è davvero giusta.

Giudizi positivi anche per Gianluca Aramini, titolare dell'omonima azienda distributrice di Cadriano di Granarolo, nel bolognese. «È andata in maniera più che soddisfacente. L'afflusso delle persone è stato sicuramente superiore a quello che la maggior parte di noi si aspet-

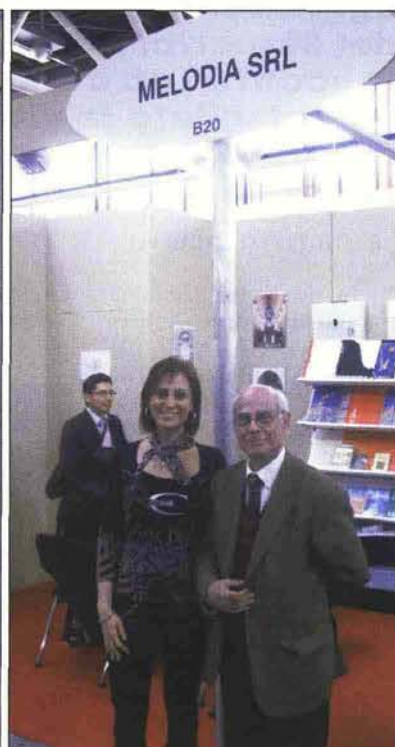
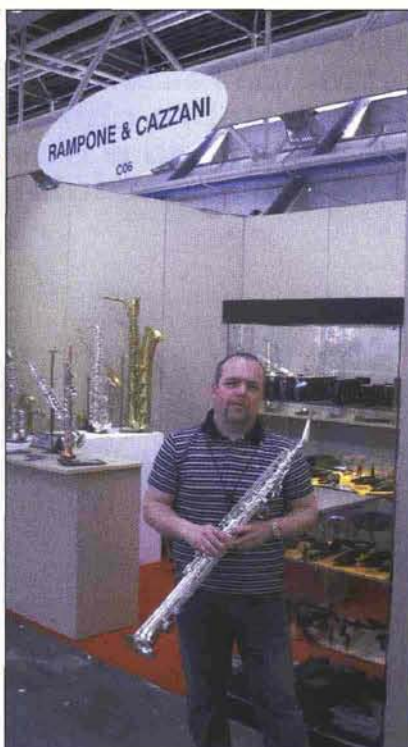
tava. E l'utenza che è venuta in fiera è stata soddisfatta di quanto ha potuto trovare. L'impressione generale è che siamo sulla strada per arrivare a un prodotto finito. Il *Music Italy Show* ha colmato una lacuna, il mercato ha bisogno di una grande fiera di settore».

Christina Liebi, direttore marketing filiale italiana della casa editrice olandese De Haske, da poco entrata nell'orbita dell'americana Hal Leonard. «Siamo soddisfatti perché il *megazine* della fiera, lo *Show Daily*, ha dedicato molto spazio ai nostri prodot-

ti e la fiera ha potuto contare anche su tante iniziative musicali a Bologna. Ho fatto un giro per la città e ho visto che è stata fatta molta pubblicità, anche nei negozi. Complimenti agli organizzatori!» «Vorrei solo aggiungere che il ruolo delle fiere è cambiato, oggi c'è internet, il consumatore accede all'informazione in modo più facile di un tempo».

Prudente il giudizio di Emiliania Roviario, titolare di Cooperfisa: «La prima edizione è andata bene perché probabilmente tanta gente aveva voglia di fiera, era da troppo

Da sin. in alto in senso orario: lo stand della Musictech di Castelfidardo (AN) specializzata in fisarmoniche digitali; Gennaro Schlitzer (a sin) e Carmelo Curti della Queen's pianoforti di Cardito (NA) neo distributore dei cechi Petrof; Natalia e Giulio Sciosci della Melodia di Scandicci (FI), grossista di edizioni musicali; Claudio Zolla della Rampone & Cazzani di Quarna di Sotto (VB) specializzata nella costruzione di sassofoni; Angelo Bocchiola, direttore generale di Universal Music Mgb Publications di San Giuliano Milanese (MI), proprietaria di Casa Ricordi, Durand, Salabert e Max Eschig



tempo che mancava. L'unico problema è stata la dislocazione degli strumenti, andavano suddivisi in modo diverso. Ma ho visto i visitatori contenti. Io rimpiango sempre Rimini, ma Bologna è andata molto meglio del Meet di Milano e possiamo essere soddisfatti».

Anna Galletti, titolare dell'editore romagnolo Galletti Boston: «Il risultato è stato sicuramente positivo. Noi abbiamo partecipato anche al Meet di Milano, ma non eravamo stati soddisfatti. Per noi è stata una scommessa partecipare a Bologna, abbiamo voluto esserci, e adesso siamo contenti

di aver partecipato. Il pubblico c'è stato e forse il maltempo ci ha aiutato. Con la bella giornata i bolognesi sarebbero andati al mare. Credo che sia stata anche organizzata abbastanza bene, a parte il rumore».

Molto positivo anche il giudizio di Laura Moro, direttrice editoriale delle Edizioni Curci di Milano: «Abbiamo visto tanto pubblico e di migliore qualità rispetto ad altre fiere. Musicisti, insegnanti, appassionati, gente interessata ai nostri libri. Domenica, in collaborazione con Carisch, Universal e Dismamusica, abbiamo organizzato un "In-

contro professionale con i rivenditori di spartiti" e abbiamo avuto 45 negozianti da tutta Italia che hanno colto l'occasione per visitare anche la fiera. Possiamo dichiararci soddisfatti».

Tra gli scontenti, Nicoletta Stocco, titolare della Stocco Fisarmoniche: «I visitatori interessati ai nostri prodotti non sono riusciti a provarli, il rumore era assordante. Peccato». Durissimo il giudizio anche di Alberto Vittorini, titolare della Vgy di Castelfidardo: «L'organizzazione ha fatto troppi errori, non siamo per niente soddisfatti».

L'ultimo commento è di Marco Papini, presidente di Yamaha Musica Italia: «La fiera di Bologna ha funzionato, tanto pubblico, tanti rivenditori e, almeno per noi, tanti ordini dai negozianti. Nei giorni della fiera abbiamo anche festeggiato il 20° anniversario della prima assegnazione delle borse di studio che Yamaha Music Foundation of Europe, la onlus di Yamaha, riserva ogni anno ai giovani musicisti. Alla prossima edizione del Music Italy Show ci saremo anche noi».

(alla raccolta delle dichiarazioni ha collaborato Giorgia Leso)