VareseNews

Ducale dischi, azienda famigliare per un mercato globale

Pubblicato: Mercoledì 30 Maggio 2012

Cinquantatre anni dalla parte di chi suona e di chi ascolta buona musica. **Da Mina ai Platters**, da **Keith Jarrett ad Arvo Part**. Dai grandi compositori statunitensi (Copland, Cage, Nancarrow, Diamond, Ives) alla Supraphon con repertori **dell'Europa dell'Est**. La **Ducale Dischi**, in quel di **Brebbia dal 1959**, è pronta a festeggiare il compleanno. E a questo ne aggiunge altri tre: il **venticinquesimo della fondazione dell'etichetta Naxos che la Ducale distribuisce da oltre vent'anni in** esclusiva per l'Italia (così come accade con Harmonia Mundi ed Ecm) e, infine, i ventidue anni di **Marco Matalon alla testa dell'azienda**. Con questo, Ducale si conferma piccola realtà imprenditoriale capace però di divenire punto di riferimento nella **Naxos Global Logistics**, il gruppo di distribuzione della **"musica ad alta qualità ma a basso costo**" con sede a **Monaco**, **95 etichette** e oltre **35mila titoli**. Marco, **perito informatico** poco più che quarantenne, ha superato la crisi di questi ultimi anni facendo leva su una semplice parola: **"Cambiare**".

Nessuna sofferenza?
«Ducale ha mantenuto il fatturato dei tempi migliori riducendo del 30% gli acquisti. La politica intervenuta con le difficoltà economiche del mercato ha inaugurato i micro-ordini: non più eccessi di magazzino ma approvvigionamenti "**just in time**". Oggi la Ducale, azienda di "mezza età", conta 11 dipendenti e tre soci: io, mia sorella Flavia e nostra madre Tarcisia. Con i ragazzi – impegnati in tutti i settori del mercato – siamo cresciuti insieme e con la stessa curiosità»

Una semplice riorganizzazione aziendale?
«Sembra difficile, per chi non ci lavora, poter combinare un mercato di passione e ardore come è quello musicale con una pianificazione curata nei minimi dettagli e che assicuri efficienza. Eppure è così: abbiamo inaugurato un programma che gestisce gli acquisti con maggiore elasticità e precisione, incrocia i dati per calcolare immediatamente ciò che è stato ordinato, ciò che è disponibile o che manca. Controlla i tempi, le statistiche sballate, gli sfasamenti. E poi i cruscotti: il sistema computerizzato ci permette di ottimizzare le risorse, di dedicare alte energie a progetti alternativi e di studiare meglio il mercato. Anche sotto il punto di vista del marketing. Non abbiamo scoperto nulla di nuovo, lo sappiamo, però abbiamo potenziato la cura del cliente gestendo un'impresa tradizionale come se fosse nata nell'era del web 2.0».

E con il download in rete?
«Il mercato discografico si è trasformato nel tempo, ma da alcuni anni inviava segnali che dovevano

solo essere letti. La torta si è fatta sempre più piccola, qualche fetta risulta indigesta, i distributori si stanno selezionando. Spesso è la crisi a scegliere, non le imprese. Da parte nostra abbiamo deciso di trasformarci, di cambiare e di adattarci a ciò che stava accadendo. Ma sempre con un'attenzione particolare ai prodotti».

Anche le major sono corse ai ripari: e voi?
«La musica classica e jazz non sono soggette alla pirateria come lo possono essere il rock o il pop. Forse perché suscitano un interesse particolare e non sono adatte al consumo "take away". L'appassionato che è cresciuto con il vinile, oggi si interessa anche alla rete ma non rinuncia alla qualità. E' anche per questo che il disco di nicchia resiste. Così come i titoli che muovono il mercato e sono spinti da aspettative molto alte: in autunno uscirà l'integrale del Clavicembalo ben Temperato di Johann **Sebastian Bach** suonato da **Andras Schiff**. Chi lo segue, lo attende con trepidazione».

Come è avvenuto il cambiamento?
«Aumentando l'offerta di titoli – ad oggi superiamo quota 20mila – e rimodulando le scorte. Se qualche anno fa il disco importante si ordinava in 2000 copie, per poi scendere gradualmente sino alla scatoletta da venticinque e allo stock necessario per poter soddisfare gli ordinativi improvvisi, ora si parte dalle 500 e si va a calare. Però riusciamo a tenere testa ai ritmi di uno fra i nostri clienti più esigenti: Amazon».

Distribuzione ma anche produzione con l'etichetta discografica Ducale: che c'entra Riccardo Muti?
«Al Ravenna Festival dello scorso anno, il **Maestro ha diretto in prima assoluta l'opera** "I due Figaro" di Saverio Mercadante. Ha inciso sempre con le multinazionali del disco, ma ora…».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it