

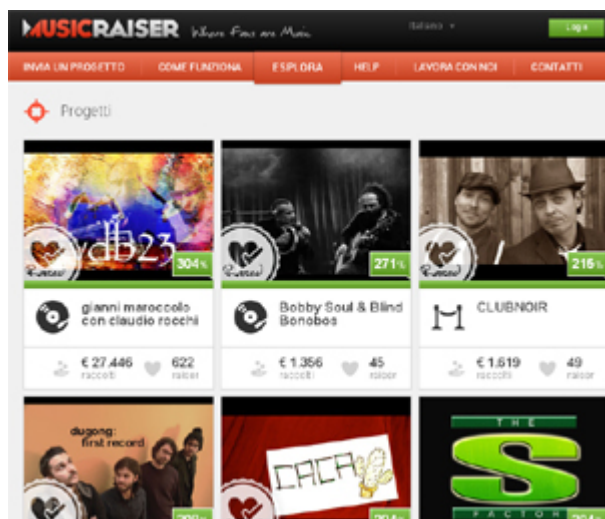
Quando il disco te lo producono i fan (grazie a internet)

Pubblicato: Lunedì 25 Marzo 2013



Si chiama **Musicraiser**, l'ultima novità in campo musicale e digitale. Non è un nuovo modello di batteria o un mixer super tecnologico ma una piattaforma di **crowdfunding musicale** lanciata a ottobre 2012. Tutto chiaro!? Il tema può sembrare complicato per i non adetti ai lavori ma in realtà è semplicissimo. **Il crowdfunding, in pratica, è una raccolta fondi attraverso la quale una band chiede ai suoi fan di finanziare un progetto**, ad esempio la stampa di un disco, la creazione di un video, la produzione di un tour.

In cambio, i finanziatori, avranno una ricompensa (si va dalla prevendita del cd, autografi, cene con la band, ingressi a concerti, dediche musicali personalizzate ecc.). Uno strumento che è attivo da anni in tutto il mondo e che in Italia è arrivato di recente grazie all'intuizione di **Giovanni Gulino, cantante dei Marta sui Tubi, e della sua compagna Tania Varuni.**



Una piattaforma sempre più apprezzata dagli artisti che permette di raccogliere fondi: le cifre vanno da 1.000 euro fino a 27.000, come quello di Gianni Maroccolo e Claudio Rocchi, in base alle donazioni del pubblico.

Sulla piattaforma anche tanti artisti varesini: dopo il gruppo "Il Triangolo" (1056 euro raccolti), anche Paolo Frattini ha raccolto i soldi per realizzare il nuovo cd (1390 euro). "Le fate sono morte" desiderano produrre il primo album mentre "La terza pietra del sole" punta al tour promozionale. Un nuovo modo per realizzare progetti, ricordando che la musica è fatta di sogni e non solo. **A raccontarci questa nuova "sfida" digitale Giovanni Gulino.**

Come nasce il progetto?

«Nasce da lontano. Nel 2008 io e Tania Varuni, la mia compagna, abbiamo iniziato ad osservare le evoluzioni della musica in digitale e abbiamo visto che iniziavano a nascere siti inglesi e olandesi che si avvicinavano vagamente a quello che oggi è Music Raiser, ma il tutto era molto acerbo. Con il tempo, i numeri e la partecipazione degli artisti sono cresciuti, così come quella dei fan. Sono nati siti di crowdfunding generici. Quando abbiamo avuto disponibilità economica abbiamo deciso di crearne uno dedicato solo alla musica. A ottobre 2012 abbiamo quindi aperto MusicRaiser.com e in pochi mesi i numeri sono cresciuti in maniera costante»

Parliamo dei numeri...

«Siamo tra i 10 siti di crowdfunding con più successo al mondo. Abbiamo avuto una buona partenza, sopra ogni aspettativa. In 5 mesi abbiamo distribuito circa 150 mila euro ai diversi progetti che hanno raggiunto il finanziamento. Sono 70 i progetti finanziati mentre 70 sono quelli che abbiamo in corso. Fino ad oggi, il 60% dei progetti ha raggiunto il finanziamento e il 90% di questi ultimi ha superato la cifra richiesta»

Vengono accettati tutti i progetti o c'è una selezione?

«Non facciamo distinzione di genere, accettiamo jazz, rock, pop, classica ma il progetto deve essere credibile e con musica di qualità. I progetti devono essere realizzabili e con obiettivi prefissati. Valutiamo il tutto e ci facciamo un'idea dell'artista, soprattutto dal movimento che gli gira intorno e dalla risposta che ha dai fan su facebook, twitter ecc...»

Musicraiser sembra diventare sempre di più una vetrina promozionale...

«Certo, noi diamo uno strumento che permette la realizzazione del progetto con il finanziamento ma anche visibilità. Facciamo promozione dei diversi progetti, soprattutto in quelli in cui crediamo o riteniamo davvero originali. Penso a Mr Milk, un artista che sta cercando finanziamenti per comprare la barca con la quale vuole fare un tour nei porti di mare della penisola»

Si parla tanto di crisi, anche nel settore musicale ma tanti progetti di Musicraiser vanno a buon fine. Secondo te, qual è il meccanismo che stimola i fan a spendere soldi?

«Credo che sia il coinvolgimento, sentirsi parte del progetto. Gli artisti, in cambio del versamento in soldi, offrono un disco, un autografo, la maglietta o tantissime altre cose ma penso che il vero stimolo sia il sentirsi parte del tutto. Il coinvolgimento dei fan poi, è frutto della capacità dell'artista. In questo ci sono artisti più bravi di altri. Noi diamo uno spazio, comunicazione e suggerimenti, ma non basta. La band o l'artista devono essere i primi a credere nel progetto e a promuovere la loro raccolta soldi. Statisticamente, la media di investimento della singola persona è di 28 euro. Ciò significa che per raccogliere 1.000 euro devi coinvolgere circa 30 persone».

Quando hai iniziato tu, con i Marta sui Tubi, avresti partecipato ad una piattaforma di questo tipo?

«Ci avrei pensato, sarebbe stata una delle opportunità. Credo però che, quando abbiamo iniziato noi, la cosa non sarebbe stata possibile. Internet non era la stessa cosa, non c'era l'interazione che c'è oggi. Non escludo invece, che la potremmo usare in futuro ma per ora non è in programma».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it