

## Record Runner, il vinile al tempo di Spotify

**Pubblicato:** Lunedì 10 Febbraio 2020



«Le nuove generazioni guardano il giradischi come fosse un oggetto proveniente da un'altra galassia, la cosa bella è fargli scoprire come funziona». **Massimo Bruno ha aperto il suo negozio, il Record Runners**, quasi vent'anni fa, «ho vissuto tutti i cambiamenti del mercato musicale degli ultimi anni e **oggi è certamente ripresa la vendita del vinile**», racconta mentre snocciola le statistiche lette pochi giorni prima. In America, nei primi sei mesi del 2019 i ricavi sono cresciuti del 12,9%, in Italia del 4,8%.

Dati incoraggianti, seppur gli appassionati del “microsolco” non siano mai mancati. Una nicchia che ha resistito alla musicassetta e al cd preservando il mercato del 33 giri fino ad oggi, l'era dello *streaming*, dove paradossalmente i fruitori sono aumentati: «Tra i più giovani ci sono due tipi di clienti: quelli che hanno ricevuto in eredità un giradischi e quelli che lo scoprono solo ora».

Così Massimo, 62 anni e una infinita passione per la musica, spiega loro come funziona. Sceglie un vinile, lo estrae dalla copertina di cartone e dopo averlo rigrato sui due lati, lo posa con cura sul piatto. Accende l'impianto e dice: «**Ecco come suona, è una meraviglia**».

D'altronde è proprio questo che la gente sembra cercare quando entra in questo angolo di via Albuzzi: uno spazio dove gli oggetti vengono trattati con pazienza ed attenzione. Dove la musica non è sottofondo ma riempie la stanza con un suono pieno e vero, dove i brani non possono essere mandati avanti con un clic. **Un fascino d'altri tempi che ha conquistato anche la generazioni del mainstream**: le poche fabbriche di vinili esistenti sono tornate a stampare a buon ritmo, le case

discografiche corrono ai ripari incidendo vecchie produzioni e tra il *merchandising* dei nuovi artisti non manca mai il “supporto rotondo”. Una questione che lo rende un oggetto di culto sempre più desiderabile e quindi costoso.



Gli ascoltatori in *Hi-Fi* inoltre, sembrano iniziare le loro collezioni con nomi che hanno fatto la storia: «*Beatles, Queen e Pink Floyd* con “*Dark side of the moon*” i nomi più richiesti da sempre. Questa è una tendenza che non è mai cambiata», spiega Massimo che nel suo negozio ospita circa diecimila pezzi tra quelli esposti e quelli in magazzino.

Un assortito “*paese dei balocchi*” tra i quali è facile trovare perle rarissime, dischi di cantanti diventati meteore nel giro di una stagione, copertine stravaganti e altre più note, capaci di emozionare alla sola vista. «Cerchiamo di essere attenti alle novità e le selezioniamo con cura. Ci piace soddisfare le richieste dei nostri clienti, ma anche fargli conoscere qualcosa di nuovo. **È una grande soddisfazione poter consigliare la musica giusta**», continua Massimo che **ha iniziato questa attività nel maggio del 2001 in via Piave** (poi si è spostato in Via Sacco e dal 2008 nell’attuale sede) e ha visto passare tra i suoi scaffali almeno tre generazioni. «Andare avanti non è facile, ma **la passione e la competenza sono il motore di tutto**», conclude Massimo mentre ricorda di quando ha scelto questo lavoro lasciando il posto fisso.

«Ero stato assunto negli uffici dell’intendenza di finanza, ci ho lavorato per otto mesi e poi ho lasciato. Il proprietario della Casa del Disco mi chiamò e iniziai a lavorare con lui, il negozio era ancora in Via Medaglie d’Oro (nel 1986 si sposta in Piazza Podestà, ha chiuso nel 2006 *ndr*). Ho iniziato nel 1979 e continuato fino al 1999, prima del cambio di proprietà. Poi sono partito per una traversata dell’Atlantico in barca a vela, la mia grande passione, ma ho deciso di tornare per amore e ho aperto la mia attività».

Un piccolo negozio a due piani oramai punto di riferimento per gli amanti della provincia e non solo: «Ho clienti da tutta la Lombardia e internet aiuta ad averli anche in tutto il mondo».

Adelia Brigo

adelia.brigo@varesenews.it