

1) Proponiamo la creazione di un **Music Export Office regionale**, che offra supporto organizzativo, promozionale ed economico alle band emiliano-romagnole che cercano di emergere nei mercati esteri, sia con tour di concerti, sia con la vendita di dischi (indipendentemente dalla piattaforma distributiva). Di seguito elenchiamo le azioni che si potrebbero svolgere a tale proposito; naturalmente è possibile separare le singole misure e implementarle come azioni indipendenti, nel caso non si ritenesse opportuno un coordinamento sistemico.

- Considerato che l'export musicale è economicamente strategico, perché da un lato migliora la bilancia dei pagamenti, dall'altro è un volano d'eccezione per l'economia locale, in quanto tipicamente tutti i costi e gli investimenti di una band locale (dallo studio di registrazione alla stampa dei CD) rimangono sul territorio di provenienza, e gli stessi ricavi provenienti dall'estero vengono tipicamente spesi sul territorio di origine.

- Considerato che sui mercati internazionali le band italiane scontano un handicap importante rispetto ai competitor di altri paesi europei, per la maggiore imposizione indiretta (IVA/VAT) nel nostro paese, perché con l'unica eccezione della Regione Puglia non ricevono nessun tipo di supporto economico, logistico né promozionale, a differenza ad esempio delle band britanniche, francesi, svedesi, norvegesi, danesi, finlandesi e islandesi, e per la scarsa possibilità di "incubazione" in patria (quest'ultimo è un discorso complesso, che possiamo approfondire se siete interessati). E considerato che malgrado ciò alcune scene musicali italiane di genere sono conosciute ed apprezzate nel mondo dal pubblico di riferimento, ma non sempre hanno i mezzi per raggiungerlo (con inevitabili effetti di disuguaglianza, perché in assenza di intervento pubblico il mercato premia chi ha mezzi economici propri).

La Regione Emilia – Romagna potrebbe ispirarsi al modello del **NOMEX**, la piattaforma di facilitazione per la crescita del settore musicale nei paesi scandinavi.

Quindi questo Music Export Office regionale potrebbe svolgere essenzialmente tre tipi di azioni:

1A. Supporto economico alle band locali che fanno tour all'estero, dietro presentazione di piani dettagliati e rendicontazione. Questo avviene già non solo in diversi paesi europei, ma anche in Italia, solo però con riferimento alle orchestre di musica classica. Il costo del trasporto è una delle barriere all'ingresso più importanti, che spesso scoraggiano le band locali a mettersi in gioco al di fuori del proprio territorio, anche quando ne avrebbero le potenzialità. Una compartecipazione alle spese di viaggio (da documentare rigorosamente, e magari con predilezione per chi viaggia in modo ecologicamente sostenibile) può costituire un volano importantissimo per sviluppare l'export musicale di una scena indipendente che ne ha le potenzialità. Altre azioni utili su questo fronte includono una **rete di collaborazione con giovani creativi**, magari delle **scuole superiori**, che disegnano flyer e poster per i tour, facciano videoclip e video promozionali, foto promozionali e **artwork**. In questo modo si potrebbero ridurre queste voci di spesa, non trascurabili per il budget delle band indipendenti, e al contempo dare opportunità di crescita a giovani creativi del territorio, che a loro volta si farebbero conoscere all'estero.

Infine, si possono realizzare convenzioni agevolate con **piccole e medie imprese emiliano – romagnole** dei settori tipografico (stampa flyer e poster), della stampa dei CD, e della promozione/ufficio stampa (le date di un tour hanno molte più probabilità di successo se promosse adeguatamente). E' chiaro che tutto questo ha benefici ulteriori rispetto all'aumento dell'export nel settore musicale e ai suoi effetti moltiplicativi: si tratta infatti di **fare sistema attivando nuove partnership tra operatori di diversi settori dell'economia regionale**.

1B. Promozione delle band locali nei mercati esteri. Direttamente, o appoggiandosi ad uffici stampa, il Music Export Office potrebbe promuovere le band locali aumentando la loro

competitività sui mercati esteri, sulla base di analisi di mercato (qual è il target più appropriato per questa specifica band? / Come raggiungerlo?). Le azioni su questo punto potrebbero includere accordi con **radio indipendenti europee, americane e asiatiche** per una presenza costante di artisti emiliano – romagnoli nelle rotation e in determinati programmi (anche qui sulla base di analisi del target specifico di ogni singolo progetto). L'esperienza mostra l'importanza degli airplay indipendenti per innescare un processo di crescita cumulativa del profilo delle band.

Un'altra azione può riguardare la promozione su **magazine e webzine**, con particolare riferimento alle notizie riguardanti i tour, la richiesta di live report e interviste che pubblicizzino i concerti delle band emiliano – romagnole e contribuiscano a creare il c.d. “hype”, per farne crescere la fan base e in ultima analisi i ricavi.

Da valutare showcase a grandi eventi internazionali (anche rispetto ai vincoli patto di stabilità), quali Primavera Sound, Beijing Music Festival, SXSW etc. Sicuramente questi ultimi sono molto efficaci, ma potrebbero essere meno efficienti di alcune delle altre misure proposte.

1C. Supporto organizzativo: incoraggiare promoter e agenzie di booking estere a lavorare con band dell'Emilia – Romagna, attivando partnership con tali categorie. L'azione può essere realizzata anche a costo zero se si creano accordi di collaborazione e scambio con slot in festival ed eventi patrocinati dalla RER; su questo punto è cruciale il know-how di chi coordinerà l'azione, in quanto solo con proposte molto mirate si può costruire e mantenere una credibilità di interlocutore nei confronti delle agenzie di booking europee. Ma se sviluppata adeguatamente, questa azione può essere molto efficiente e produrre reddito e crescita di lungo periodo.

Su un fronte diverso, proponiamo inoltre un'altra idea:

2) - Considerato che l'Italia in genere, ma anche l'Emilia – Romagna, stanno uscendo sempre più dalle rotte dei tour europei delle band internazionali (ci riferiamo anche qui non tanto ai grandi eventi, ma al circuito dei club), in quanto è opinione diffusa che in Italia si ascolti prevalentemente musica nazionale e le proposte “alternative” (in senso lato) non vengano apprezzate.

- e considerando dunque da un lato la loro importanza culturale di baluardi contro questo “autarchismo culturale” che ci sta confinando ai margini dell'Europa musicale, dall'altro la crescente difficoltà che incontrano i club che scelgono di proporre una programmazione internazionale, rispetto ai loro concorrenti che puntano su generi di musica più nazionalpopolare,

si potrebbero supportare tali **club emiliano – romagnoli che scelgono di dare spazio a band internazionali**; questo può essere fatto con una compartecipazione alla spesa (che sia quella del cachet delle band, o quella per la backline del club qualora si possano fare solo spese per investimenti), oppure offrendo servizi accessori come la promozione di tali eventi.

Si potrebbe anche sviluppare un meccanismo di reciprocità con altri paesi europei, ad esempio appoggiandosi alla rete “città della musica” di cui Bologna fa già parte, come ha suggerito Franz Campi all'incontro in Regione.