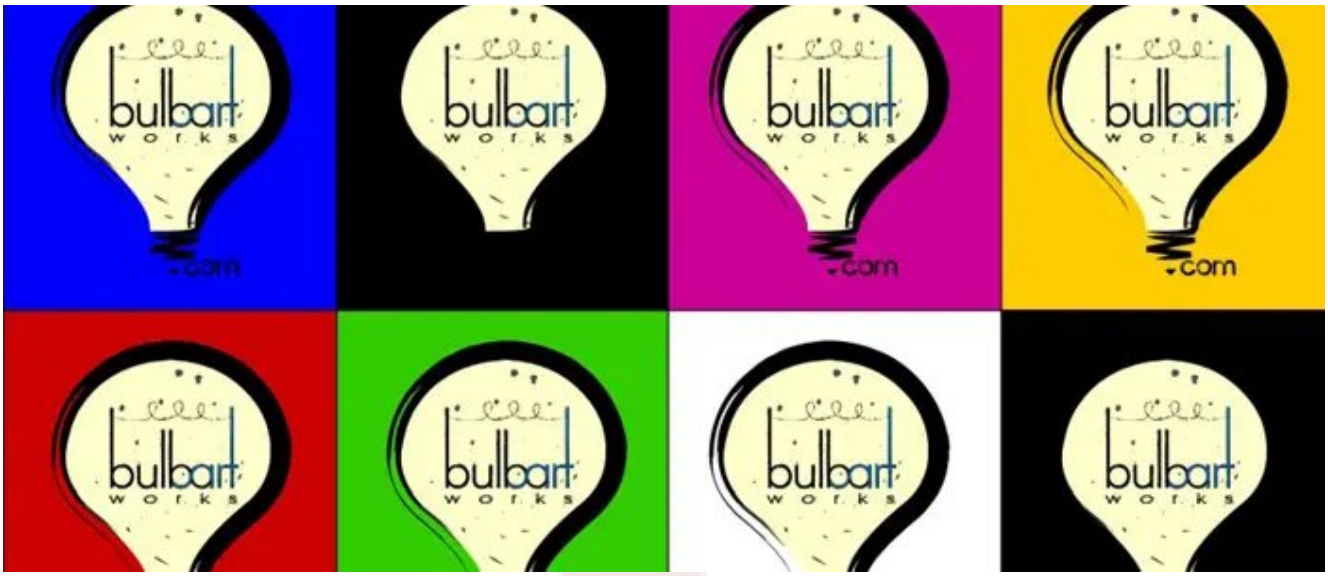
# GrooveOn incontra le Etichette: intervista a Bulbart

Data: 1 maggio 2015 | Autore: Salvatore Signoretti




**MILANO, 5 GENNAIO 2015**- Primo lunedì dell'anno 2015 ed è arrivato finalmente il momento di presentarvi questa nuova idea in casa GrooveOn. A partire da oggi, una volta al mese, intervisteremo un'etichetta per scoprire da vicino il mondo della musica indipendente. Iniziamo con Bulbart che oltre ad essere una label è anche un'agenzia di booking, ufficio stampa e organizza eventi. Risponde alle nostre domande Alessandro Panzeri.

**Quando è nata la vostra etichetta?**
La nostra label nasce nell'autunno del 2011. Ad oggi, con l'uscita del disco d'esordio de LA BESTIA CARENNE // "Catacatassc'" siamo orgogliosamente arrivati al codice BLB 011.
In questi 4 anni di produzione abbiamo cercato di sostenere tutte le realtà che ritenevamo meritevoli sia da un punto di vista artistico che umano, cercando di dare linfa in particolare a quelle che sono le novità provenienti dal nostro territorio, la Campania. Le nostre produzioni non hanno un target di genere ben definito, ma abbracciano sonorità differenti e differenti lingue. Il comune denominatore è la forma canzone. Dietro ad ogni produzione è sempre viva una forte componente di songwriting, che sia folk rock, che sia indie pop o che sia shoegaze, chillwave.

**Cosa spinge una persona a investire dei soldi per produrre un qualunque artista?**
Per noi è stato un dovere oltre che un piacere. Bulbart nasce nel 2007 come organizzazione di eventi, e tutt'ora resta quella la nostra componente principale . Negli anni i rapporti con le band del nostro territorio si sono evoluti e ci siamo addentrati sempre più nel management. Ad un certo punto era giusto che ci mettessimo la faccia.
Abbiamo sentito il bisogno di provare a fare qualcosa per sostenere in prima persona tutta quella buona musica che ci girava intorno,, e ci abbiamo provato. Quello che anche oggi, ci spinge più di tutto resta l'amore per la musica, la speranza di creare qualcosa di bello. DI contribuire alla crescita di qualcosa che un giorno potrà procedere a passi più sicuri. Diventa difficile sempre però riuscire a

gestire a lungo termine i rapporti con le band. In quello che oggi potremo definire il mercato della musica indipendente è quasi impossibile riuscire a dare una valutazione sulla buona riuscita o meno di un prodotto discografico… e spesso i risultati del nostro lavoro si vedono alla lunga, quando le band si confrontano con altre realtà e si rendono conto di quanto sia complicato trovare delle persone che ti supportano nel senso corretto del termine.[MORE]

**Cos'è il mercato discografico indipendente?**

Un enorme pozzo senza fondo in cui nuotano decine di pseudo etichette pronte a rubarti poche centinaia o migliaia di euro pur di sbarcare il lunario, senza portare reali risultati alle band che dovrebbero produrre e all'interno del quale i professionisti tentano di emergere provando a far si che il loro lavoro non si vada a livellare verso il basso.

In un contesto del genere, ci sono poi piccole realtà come la nostra che cercano di dare assoluta priorità al lato umano del rapporto con la band, lasciando che sia la band a decidere, promettendo poco e facendo tutto quello che si può.

Alle band l'arduo compito di saper "scegliere". Il mio parere è che, in questo momento, vale la pena avere una label solo se si è certa che possa apportare un contributo vero, che non deve essere necessariamente economico ma può anche essere umano, organizzativo, artistico.

Nell era del web 3.0 le etichette di facciata contano meno della propria fanpage.

**Cosa ne pensi del ritorno del vinile?**

Penso che non sia ritornato, penso si tratti solo di un oggetto di merch. La musica continua a sentirsi prevalentemente su formato digitale, ed in quella direzione continua ad andare.

Come scegliete gli artisti?

Come ti dicevo all'inizio ce li siamo quasi ritrovati in casa. Le nostre prime 10 produzioni sono alcune fortemente volute, in altre ci siamo trovati quasi per caso dentro. E questo è un grosso errore commesso. Per un etichetta indipendente 10 dischi non sono pochi. Per noi sono stati solo l'inizio. Un inizio che ci è servito a capire quali sono le aspettative delle band, quali sono i rapporti che NON BISOGNA MAI AVERE con le band e quali sono i momenti in cui bisogna dire NO QUESTO DISCO NON FUNZIONA, anche se ti dispiace dirlo, anche se difronte hai un amico prima che un artista, un artista che poi da te si aspetta delle cose e tu devi crederci in quel disco altrimenti per cercare di aiutarlo finisci che non lo aiuti per nulla.

In alcune produzioni sentiamo di aver dato davvero il 101% e di aver raggiunto grandi risultati per le band, ma magari i rapporti di collaborazione non si sono rinnovati. Spesso le band da noi prodotte hanno visto in Bulbart un trampolino di lancio per accedere a qualcosa di "meglio" o di "più grande", piuttosto che ragionare in un ottica di crescita costante, parallela e comune. Questo ci ha portato tanta delusione. Le band cercano sempre qualcosa di diverso da quello che hanno a portata di mano, questa è un'altra cosa che abbiamo capito. Ed abbiamo capito, e visto che poi il tempo ci ha dato ragione. Ma come detto prima ammettiamo anche le nostre colpe. Abbiamo imparato quindi ad essere più distaccati, a scegliere gli artisti in maniera oggettiva. Continuiamo a credere che vincolare le band con contratti su più anni non sia una cosa ne giusta ne necessaria.

Oggi LA BESTIA CARENNE identifica in pieno queste nostre aspettative. Con loro abbiamo intrapreso un percorso più maturo anche da parte nostra, e speriamo sia una collaborazione che possa durare nel tempo. Gli inizi sono più che incoraggianti.

**Esiste un rapporto di collaborazione tra etichette indipendenti?**

Non credo tanto a questo. In alcuni casi avviene, ma non esiste un sistema che coordina le label indipendenti. Il vero motore del mondo indipendente in Italia continuano ad essere i promoter locali, gli unici in grado di poter dare visibilità riscontro alle band che provengono da altre città

**Queli sono i primi passi da fare per dare vita ad una etichetta indipendente?**
Noi siamo una associazione culturale che nel suo statuto ha previsto la possibiità di distibuire musica. Alla base del nostro lavoro vi è quindi il no profit dalla vendita dei dischi che distribuiamo. Tutti i proventi vengono reinvestiti nella band. Il secondo passo è quello di affiancarsi a partner istituzionali in grado di distribuire il disco in digitale o nei negozi.

**Streaming o Download?**

Spotify. Tutta la vita.

Salvatore (Saso) Signoretti

**Puoi seguire InfoOggi GrooveOn anche su Facebooke su Twitter!**

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/grooveon-incontra-le-etichette-intervista-a-bulbart/75073