

Claudio Maioli lancia una propria etichetta

(chiuso in tipografia
il 27.4.2004)

Riserva emiliana

"La musica mi ha dato tanto, è giusto che io le restituisca qualcosa": la filosofia che guida il progetto di **Claudio Maioli**, nella sua nuova avventura come produttore discografico, è cristallina. L'etichetta **Riservarossa Records**, da lui appena fondata e con sede a Correggio (RE), debutta in questi giorni sul mercato con un album dei **Del Rio** - gruppo pop/rock emiliano il cui brano "d'assaggio" (diffuso per ora solo radiofonicamente) ha riscosso interesse e attenzione nelle scorse settimane - distribuito da Warner Music. "L'obiettivo è quello di fare scouting - dichiara - proponendo nuovi artisti in cui credo, senza chiusure in generi di nicchia ma neppure mirando a progetti troppo ambiziosi: mi rendo conto che intraprendere un'attività discografica in un periodo come quello che il mercato oggi sta vivendo può lasciare perplessi, ma ho deciso di vivere questa crisi come un'opportunità, non come un problema". Alla base, naturalmente, la convinzione che solo attraverso proposte nuove e originali il settore possa ritrovare nuovo impulso verso linee di sviluppo più adeguate ai tempi.

Maioli, che fece il suo ingresso nel mondo musicale fin dall'87, seguendo gli esordi di Ligabue (di cui dal '90 è personal manager), già nel '98 sondò il terreno della produzione - con il primo disco di Federico Poggipollini - ma ora il suo intento è di creare una struttura con tutte le carte in regola per conquistarsi un proprio spazio sul mercato: dopo l'album di debutto sono già in corso per l'autunno iniziative discografiche con altri artisti, come Alberto Morselli (ex componente dei Modena

City Ramblers) e il figlio 22enne di Pierangelo Bertoli, anch'egli cantautore. "Disponiamo degli strumenti che ci servono per partire con il piede giusto - prosegue Maioli - come uno studio d'incisione (lo Zoo Studio) che ci permette di sfruttare al meglio le risorse tecnologiche, e abbiamo stretto accordi con Parole & Dintorni sul fronte della promozione e con Friends & Partners su quello dell'organizzazione di concerti; la distribuzione Warner ci garantisce una presenza capillare sul territorio nazionale, ma stiamo anche valutando azioni alternative attraverso l'edicola, per coprire tutte le aree d'intervento". Innovativo anche l'approccio sul versante del prezzo al pubblico: l'album dei Del Rio, prodotto da Luca Pernici, contiene 8 brani ed è posto in vendita a 10 Euro, "nell'ambito di ►

► una linea destinata ad artisti esordienti - precisa Maioli - che hanno necessità di essere promossi anche sotto questo aspetto. Ma per il lavoro successivo è previsto un prezzo allineato al mercato, ovvero intorno ai 20 Euro: perché i dischi sono veicoli di emozioni, e in questa ottica non credo li si possa mai considerare troppo cari: I prezzi che corrono oggi in Italia, in fondo, sono prezzi giusti". ■