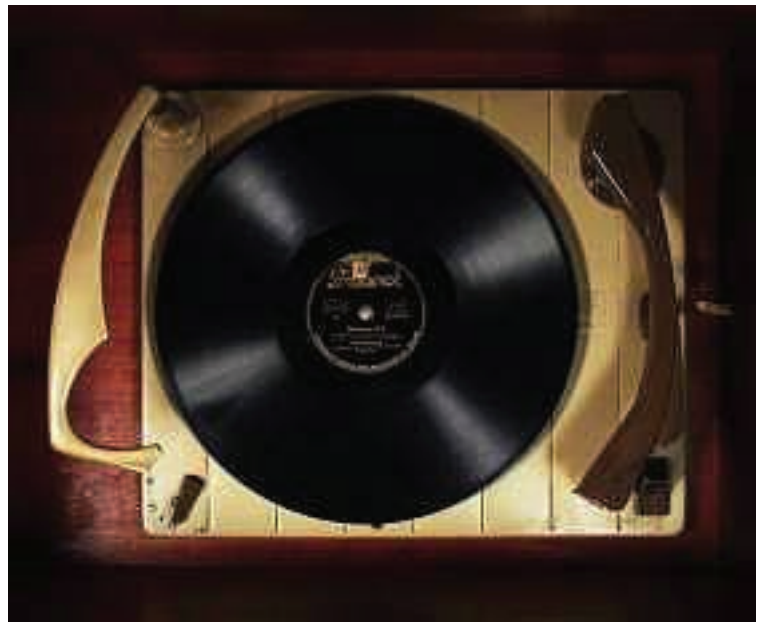


Il vecchio disco nero spopola:  
E Dylan lo usa per stampare il nuovo album  
Ora si moltiplicano le ristampe.  
Il long playing sta vivendo una rinascita  
Il ritorno del vinile per salvare il futuro  
di GIUSEPPE VIDETTI



ROMA - Gli amanti del disco in vinile non hanno altro che rimpianti: l'odore del cartone, le note di copertina leggibili, l'accuratezza del layout, la dinamica del suono. Persino la nostalgia del rumore della puntina che scende sui solchi e del fruscio che precede l'inizio del brano. Per questo il long playing, come fuoco sotto la cenere, è sopravvissuto allo strapotere del cd, che è durato un quarto di secolo. Molti sostengono che il miracolo del digitale, inaugurato nel 1981 con The visitors degli Abba (Brothers in arms dei Dire Straits, nel 1985, fu il primo compact a vendere un milione di copie), sia stata la causa prima della crisi dell'industria discografica. In un paio d'anni, ingorde regole di mercato resero obsoleti interi archivi discografici organizzati con amore e dispendio economico, creando, tra i compratori di musica classica e leggera, una disaffezione di cui stiamo ancora pagando le conseguenze. Nessuno osò fiatare, il progresso è inarrestabile. E poi, a chi piace farsi dare del retrogrado?

Eddie Vedder, Michal Stipe, Moby, Anthony Kiedis e Beck hanno costantemente espresso il rimpianto di essere artisti nell'epoca del cd e del trionfo della corporate music. "Per chi ancora vuole possedere l'oggetto, e sono tanti, il prodotto in vinile è imprescindibile", ci ha detto Thom Yorke dei Radiohead. E Adriano Celentano, che ha fatto uscire il suo ultimo album anche in Lp: "Se vuoi realizzare una bella copertina, devi usare quel formato. E poi è anche una questione sentimentale. Il primo amore non si scorda mai". Adesso che l'industria musicale agonizza e stenta a trovare una risorsa per stimolare il mercato, il vinile torna prepotentemente alla ribalta.

C'erano almeno cinquecento persone che aspettavano fuori da un albergo romano l'apertura di Hi-End, quinta edizione della mostra di alta fedeltà il cui slogan era "È tornato il vinile, prenotatevi". E girando tra gli stand si scopre che l'Lp non è più oggetto di modernariato, cimelio per collezionisti, ma il centro dell'attenzione di una folla di compratori di ogni età.

Duecentocinquanta copie di Kind of blue, capolavoro di Miles Davis del 1959, vengono vendute in poche ore. E non sono vecchi dischi gracchianti, ma vinili nuovi di zecca ristampati con le migliori caratteristiche (peso, confezione, etc.) dell'epoca. Anche la casa discografica Fonè, specializzata in musica classica e contemporanea, decanta i vantaggi del "vero analogico", confidando nel fatto che gli amanti di Accardo non hanno mai dimenticato i vantaggi del vinile (le ultime uscite sul sito [www.fone.it](http://www.fone.it)).

Roberto Guarnieri lavorava in un negozio di dischi della capitale quando la rivoluzione del digitale cominciò a mettere in crisi l'esistenza dei piccoli rivenditori. Attraverso gli anni ha mantenuto contatti con gli amanti del long playing e ora è titolare di Vinyl Strike, shop con tanto di sito Internet ([www.vinylstrike.com](http://www.vinylstrike.com)) il cui punto di forza è il ritorno al vecchio, caro "disco nero". "Gli appassionati dell'hi-fi non hanno mai avuto dubbi: il vinile, soprattutto le stampe giapponesi, garantisce un risultato infinitamente superiore a quello del cd. L'import giapponese è particolarmente costoso", spiega. "Molto più economici i vinili che ormai vengono stampati contemporaneamente ai cd, come questo doppio di Herbie Hancock (l'ultimo River: The Joni letters) che costa solo 28,90. È il pezzo più venduto, il rapporto col cd è di uno a venti".

Il fenomeno è in crescita da quando, l'anno scorso, Bob Dylan ha pubblicato il vinile di Modern times con un mese di anticipo rispetto al cd. "Sebbene la Universal abbia al momento in mano oltre il 90% del mercato del vinile, le major sono ancora impreparate a questa inversione di tendenza", spiega Guarnieri. "Non hanno capito che la rinascita del vinile potrebbe accaparrarsi una fetta di mercato che potrebbe incidere fino al 40% sul mercato della musica.

E infatti non hanno pubblicato in Italia Confessions on a dance floor di Madonna in vinile rosa, uno dei titoli più venduti degli ultimi anni. Ci sarà un motivo se Vasco Rossi ha deciso di ristampare in un cofanetto i suoi 45 giri e se i vecchi dischi della Blue Note vendono più nel formato Lp che in cd". E non sono solo gli acquirenti adulti ad essere ritornati al vinile. "I ragazzi comprano Lp di Jimi Hendrix e dei Nirvana. Peccato che non abbiamo vinili dei Tokio Hotel, le ragazzine ce li chiedono continuamente", conclude Guarnieri. Per Natale, la Sony/Bmg ha ristampato nel vecchio formato tutti i classici del repertorio, Dylan, Johnny Cash, Patti Smith e Lou Reed.