

non rientrava nei nostri piani, abbiamo spontaneamente pensato subito a qualcosa che avesse una dimensione europea”.

### **PAOLO CANCRO (Karma Distribuzioni)**

“Oggi ci sono troppe uscite discografiche: ogni settimana i titoli nuovi sono più o meno trecento. Ti rendi conto? Di questi trecento, è fisiologico, non più di trenta sono quelli in qualche modo interessanti. Quello che succede è che molto facilmente vengono sepolti sotto il peso degli altri duecentosettanta... Le major dovrebbero tornare a fare il loro lavoro come etichetta, o comunque uno dei loro lavori: selezionare. Mettere in giro solo materiale che è buono e in cui loro credono veramente. Che è quello che facciamo per certi versi anche noi: siamo dei distributori, non una label, quindi ci può capitare anche di distribuire dischi che non ci piacciono al 100% perché questo è il nostro lavoro, ma noi la selezione la facciamo anche sui canali, abbiamo coltivato negli anni un rapporto non con le grandi catene ma coi piccoli negozi specializzati, e questa è una politica che ha pagato. Così come ha pagato la nostra convinzione che la musica è un qualcosa che richiede investimenti a medio-lungo termine. Bisogna avere una strategia. Ora poi le cose si sono fatte potenzialmente anche più interessanti: noi ad esempio siamo nati come distribuzione techno, ma ora ci siamo aperti anche alla house (quella più asciutta e rigorosa) e all'elettronica in generale. Oltre a questo, quelli che prima erano due mondi separati, quello della musica dance e quello dell'elettronica di qualità, ora si sono fusi tra loro, è diventato quasi impossibile tracciare un confine”.

“Da un lato mi viene da dire che noi abbiamo pochi legami con Napoli: la Karma è a livello societario per metà svedese, e comunque tutte le cose più importanti che ho imparato e utilizzato a livello gestionale arrivano dalla mia esperienza all'estero, dall'aver visto come lavorano. Però al tempo stesso noi abbiamo sempre supportato, agli inizi insieme alla romana Remix Distribution di Marco Passarani e Andrea Benedetti, le uscite della Design, la prima etichetta di Marco Carola; e poi più in generale mi viene da dire che da italiani e napoletani siamo preparati a lavorare in mezzo a mille difficoltà - e questo ci rende più duri”.

### **MARCO CAROLA & DANILO VIGORITO**

“E' nato tutto all'inizio degli anni '90, quando iniziarono ad arrivare come ospiti dj stranieri molto in gamba, pensiamo ad esempio a Paul Daley dei Leftfield o a Darren Emerson. Eravamo noi ad organizzare queste serate, e al tempo stesso suonavamo anche come dj: ci siamo quindi sempre impegnati per dimostrare di essere all'altezza dei nostri ospiti. Il momento di svolta è stato quando sono uscite le prime produzioni targate Design: all'epoca era sufficiente fare uno o due buoni dischi per ottenere subito una enorme attenzione a livello proprio internazionale (mentre oggi ne devi fare almeno venti o trenta). Insomma, sta di fatto che siamo stati risucchiati dall'estero: all'improvviso le date hanno preso a moltiplicarsi in maniera pazzesca, guardavamo il calendario e manco ci rendevamo conto di dove si trovassero alcuni paesi dove andavamo a suonare”.

“Il pubblico napoletano, o almeno il nostro pubblico, è speciale: ha una preparazione incredibilmente sopra la media, conosce la techno, conosce la musica elettronica - e in quanto tale è ipercritico. Anzi, forse è addirittura troppo acculturato: col risultato che spesso disdegna le varie serate perché, giustamente, non gli paiono avere un profilo abbastanza alto, o comunque perché magari si tratta di carnai dove conta il numero e non la qualità. Sta di fatto che ci ha sempre fatto da stimolo, doverlo affrontare ogni volta è una sfida, sai che devi dare il massimo”.



Carola Pisaturo



Stefano Miele