

Thomas Brownlees
La tua band è una start up

Proprietà letteraria riservata
© Thomas Brownlees

© 2017 Phasar Edizioni, Firenze.
www.phasar.net

I diritti di riproduzione e traduzione sono riservati.
Nessuna parte di questo libro può essere usata, riprodotta o diffusa
con un mezzo qualsiasi senza autorizzazione scritta dell'autore.

Copertina: Stefano Saldarelli

Stampato in Italia.

ISBN 978-88-6358-450-9

Thomas Brownlees

LA TUA BAND
È UNA START UP

quando fare musica
significa fare impresa

Phasar Edizioni

Indice

INTRODUZIONE	9
CAPITOLO I - DA CHE PARTE INIZIARE?.....	13
1.1 Una breve storia dell'industria discografica.....	13
1.2 La portata di un investimento nella discografia	16
1.3 La produzione discografica non è per tutti	18
1.4 Il concetto di Lista	21
1.5 La tua band è una start up	24
1.6 La grande e la piccola distribuzione.....	26
1.7 Il tuo Band Mantra	29
1.8 Meglio pochi ma buoni	31
CAPITOLO 2 - TUTTO CIÒ CHE NON SAI VERRÀ	
USATO CONTRO DI TE	35
2.1 Copyright e diritto d'autore.....	35
2.2 Di cosa è fatto il diritto d'autore	37
2.3 Il diritto d'autore non si acquista, si dimostra	40
2.4 L'equilibrio tra controllo e circolazione.....	42
2.5 Il controllo: la SIAE	43
2.6 La circolazione: i <i>Creative Commons</i>	46
2.7 Soundreef.....	49
2.8 Quale scegliere?.....	00
CAPITOLO 3 - NON PUOI VIVERE NÉ CON NÉ SENZA	
DI LORO: I PROFESSIONISTI DEL SETTORE	51
3.1 Il Professionismo per un musicista	51
3.2 Autore, Opera, Esecutore, Editore e Produttore	53
3.3 I soggetti coinvolti nella nostra storia: l'Editore.....	55

3.4 I soggetti coinvolti nella nostra storia: il Produttore..	58
3.5 Ma quindi dove ci guadagnano?	61
3.6 Il Manager.....	62
3.7 Allora, che fare?	65

CAPITOLO 4 - RENDI IL TUO CONCERTO

UN'ESPERIENZA.....	67
4.1 Partiamo da un esercizio di immaginazione	67
4.2 Se il tuo locale non esiste?.....	70
4.3 Torniamo alla nostra lista.....	73
4.4 Il Merchandise e l'Upselling.....	74
4.5 Il fan 'sfegatato', naturale conseguenza del "pochi fans ma buoni"	77

CAPITOLO 5 - QUALCHE ELEMENTO DI MARKETING

E COMUNICAZIONE	81
5.1 Da dove iniziare, il concetto di brand	82
5.2 La soglia di attenzione e la qualità del materiale	85
5.3 I Followers.....	87
5.4 La comunicazione promozionale.....	88
5.5 Perché (ti dovrei venire a sentire)?	91

IN CONCLUSIONE.....	93
---------------------	----

L'AUTORE

Thomas Brownlees è un manager che si occupa di consulenza nel settore startup. È laureato in diritto d'autore e specializzato in management strategico. Nel 2016 crea 440 Industries (www.440industries.com) un progetto dedicato al music business nel quale affronta tematiche legate all'imprenditoria giovanile e agli artisti emergenti. Facendo tesoro delle sue esperienze di insegnamento presso prestigiose istituzioni accademiche, scrive questo libro per condividere l'esperienza sul campo con altri giovani imprenditori della musica.

Introduzione

Non credo ci sia necessità di fare preamboli, la musica è un'espressione artistica fatta d'aria e come tale ha natura evanescente, immateriale. Al contrario, la vita del musicista è fatta di tante concretezze – o meglio dire ostacoli – che impediscono alla maggior parte delle aspiranti rockstar di raggiungere i propri obiettivi professionali e personali.

*Sarò onesto fin da subito: come per tutte le professioni dello spettacolo, c'è una selezione naturale tra i tanti che cercano una carriera di successi. Ciò che tuttavia distingue i vincenti dai perdenti non è il talento, ma la **perseveranza**.*

Questo libro parte dalla volontà di raccogliere alcune informazioni fondamentali che è importante conoscere per sviluppare il proprio progetto artistico o musicale in maniera concreta. Non mi dilungherò in storie di vita personali o racconti di tempi migliori, ma cercherò di parlare in maniera chiara ed esaustiva dei principali nodi del music business suggerendo strategie di buon senso per navigare mari burrascosi.

Per il resto, ogni band o artista emergente scriverà la propria storia e, anche senza seguire alcuno

dei miei consigli, potrà raggiungere grandi traguardi.

Non ho certo la presunzione di rivelare segreti o stratagemmi per il successo. Credo che non ci sia un modo giusto o un modo sbagliato di fare le cose, dal momento che non c'è una regola che garantisca un risultato certo nel business; certe opportunità capitano per una serie di casualità e coincidenze ben al di fuori del nostro controllo.

In questo libro suggerirò delle idee che danno una struttura e una concretezza al percorso di un musicista emergente e che aiutano ad affrontare una carriera “sostenibile”. Resta certamente il fatto che “l'orologio rotto fa l'ora giusta due volte al giorno” e nulla vieta che persone mosse da autentica follia possano raggiungere vette di successo e notorietà dalla sera alla mattina. Ma questa notorietà e questo successo non sono quelli che molti artisti cercano, anzi sono spesso il contrario. La tipologia di successo di cui parlo è legata al fare quello che ci piace nella vita, costruendo la propria stabilità professionale giorno per giorno.

Con questo libro il mio obiettivo è presentare la vita del musicista con tutte le sue difficoltà, in modo che i professionisti emergenti possano affrontare le loro scelte di carriera con ascetica chiarezza e onestà intellettuale.

Non ci è dato sapere in fondo cosa riserva il futuro,

ma possiamo cercare quante più informazioni possibili per fare la migliore scelta possibile o quanto meno la meglio informata.

Questo testo non vuole esprimere dunque idee generaliste o concetti di coaching, bensì intende suggerire delle iniziative chiare e immediate per rimboccarsi le maniche e dare a se stessi la possibilità di seguire una passione, trasformandola giorno dopo giorno in un lavoro.

Il titolo che ho scelto per questo libro è “La tua band è una start up” perché l’intento di questo lavoro è quello di porre in relazione due diverse dimensioni dell’iniziativa giovanile, mostrando le similitudini che sussistono tra un progetto musicale e quello di un avviamento aziendale.

In entrambi i casi ci vuole determinazione, carattere, strategia e una buona dose di know-how.

Ci tengo inoltre a precisare che, sì, sono perfettamente consapevole che una carriera nella musica è molto difficile ma sono ancora più convinto che quando c’è una volontà sufficientemente determinata, sono pochi gli obiettivi fuori dalla nostra portata.

Chiedo quindi ai miei lettori di affrontare le pagine che seguono con il giusto spirito critico, ma senza pessimismo.

Thomas Brownlees
440industries.com