

LA STAMPA

Discoteca addio, oggi l'Italia balla altrove

Il popolo della notte ha cambiato gusti: così riescono a sopravvivere solo i grandi nomi. Fotografia di un settore che si evolve di continuo



ANSA

16/03/2016

Lorenza Castagneri

«Venticinque anni fa le discoteche lavoravano sette giorni su sette, ogni sera c'era un evento diverso, non si poteva nemmeno passare. Adesso è tanto se teniamo aperto cinque giorni alla settimana. E quelli che ci riescono sono soltanto i locali più famosi». Come l'«Old Fashion» di Milano, nato nel 1933, classificato come bottega storica, che Roberto Cominardi gestisce dal 1992, dopo aver contribuito a lanciare l'Hollywood, altro luogo storico del divertimento milanese, sempre frequentatissimo. Ma altrove la musica è diversa. E suona per un popolo della notte che è sempre meno numeroso, ha certificato l'Istat.

Persone di sei anni e più che hanno assistito almeno a uno spettacolo nell'ultimo anno (dati Istat)

Non è che in Italia non si balli più. Il punto è che da qualche anno non si balla più in discoteca, così come, d'altra parte, sta accadendo in gran parte d'Europa. Lo conferma una recente inchiesta dell'Economist. Ma nel nostro caso, secondo Cominardi, la colpa è soltanto in parte della crisi: «Certo, oggi le possibilità di spesa per lo svago si sono ridotte, ma sono anche cambiati i gusti», spiega. E riassume ciò che la gente cerca con un aggettivo, anch'esso molto in voga: «Smart». «Il pubblico vuole esperienze diverse, possibilmente di qualità, spendendo poco o magari, meglio ancora, nulla. Smart, appunto».

Serata salata

Una serata di discoteca, drink compreso, costa minimo 20 euro. Per andare a una festa in uno scantinato, in un loft o magari in un palazzo antico se ne spendono a volte meno della metà. E poi vuoi mettere la location alternativa? «Così, specialmente i più giovani scelgono quel tipo di offerta. Peccato che quei luoghi di ritrovo non rispettino nessuna delle normative che ai locali come i nostri vengono imposte per poter aprire. Finisce che duecento persone si ammassano in una sala che non ha nemmeno un'uscita di sicurezza», racconta Cominardi.

Gli abusivi

Già, l'abusivismo. Da anni, il presidente della Silb, l'Associazione italiana dei locali da ballo, Maurizio Pasca punta il dito contro questo problema che è, a suo dire, il vero motivo per cui le piste della Penisola si stanno svuotando. «Ormai è un fenomeno selvaggio, diffuso da Bolzano a Palermo», attacca. «Oggi si balla dappertutto: negli stabilimenti balneari, nei ristoranti, negli alberghi, nelle masserie. Locali che non hanno alcuna autorizzazione specifica per offrire questo tipo di intrattenimento. Ma le Amministrazioni non hanno la forza per controllare. I vigili urbani finiscono l'ultimo turno alle 20 e ognuno fa quel che vuole». Così le 350 segnalazioni di locali abusivi che in media riceve la Silb ogni anno e le 800 che arrivano ad Assointrattenimento finiscono presto nel dimenticatoio. Solo nel 5 per cento dei casi viene dato seguito agli esposti delle associazioni. Mentre le discoteche con tutte le carte in regola spengono le loro luci per sempre. In quindici anni il loro numero si è quasi dimezzato.

Il danno per l'Erario

Ma il danno economico è doppio: perché a fronte di un miliardo di euro guadagnato dai locali regolari e, di conseguenza, tassato, c'è un altro miliardo che finisce nelle casse dei locali fuorilegge e di cui l'Erario non vede nemmeno un euro.

Proprio le tasse sono l'altro grande terreno di scontro. «Una discoteca paga sul suo incasso il 22 per cento di Iva, il 16 di imposta sull'intrattenimento, circa il 5 di Siae e circa il 2 di diritti connessi ai diritti d'autore. C'è un prelievo immediato del 45 per cento e se, tolte le spese per dipendenti e merci rimangono degli utili, questi sono ulteriormente tassati. Gli altri, quelli che ci fanno concorrenza sleale, pagano il 10 per cento di Iva e il 5 di Siae. Con una pressione fiscale così, dobbiamo per forza tenere i prezzi dei biglietti più alti». Luciano Zanchi, presidente di

Assointrattenimento, è un fiume in piena. Da anni, l'associazione chiede ai governi che si sono succeduti di cancellare almeno quell'imposizione del 16 per cento.

Un settore «moribondo»

Ma se anche questo accadesse, basterebbe a salvare un settore che, dice Zanchi, «negli anni Ottanta dettava le mode in tutta Europa e oggi è moribondo»? Pasca risponde con un mezzo mea culpa: «Purtroppo, dovendo sopravvivere, ci sono colleghi che hanno aperto le porte delle loro discoteche anche a ragazzi di 15-16 anni, un'età nella quale i giovani dovrebbero divertirsi con le loro famiglie. Io credo che puntare sulla qualità, dell'alcool, della musica, della gestione di un locale da ballo sia il primo passo per attrarre di nuovo le persone». E la mente va alla tragedia del Cocoricò di Riccione, dove, nell'estate 2015, un sedicenne è morto dopo aver ingerito una pasticca di ecstasy. La discoteca è stata poi chiusa per quattro mesi. Una ferita ancora aperta tra gli operatori del settore. «Perché noi vendiamo divertimento, non valori. Purtroppo non possiamo controllare che cosa i clienti portano dentro i locali. Al massimo possiamo vietare l'ingresso a chi è in evidente stato di alterazione psico-fisica. Ma non è sempre così semplice capirlo», prosegue Pasca.

Serve inventiva

Dopo qualità, l'altra parola d'ordine è inventiva. Per riaccendere la febbre del sabato sera c'è chi organizza serate con ospiti d'eccezione del calibro di Chris Brown o David Guetta, chi si inventa promozioni, chi punta su social e video per conquistare e fidelizzare i clienti, chi ha aperto alle prenotazioni agli eventi via WhatsApp o Eventbrite. Mandi un messaggio o fai click sul sito ed è fatta. Cominardi lo sa: «Il mondo va avanti e anche nel nostro settore se non si rimane al passo con i tempi si rischia davvero di essere dimenticati».