

HAPPY HOURS

PERSONAGGI STILI E MODE DELLA NIGHLIFE

**EDITORIALE: LIBERTÀ DI
ESSERE AZIENDE****NIGHT LIFE: MAZOOM LE
PLAISIR E NUVOLARI****DJS: MISS KELLY MARIE, RALF,
EMANUELE INGLESE, RONNIE PLAY,
ENRICO TABLIAFERRI****FASHION: CARLO
CHIONNA****postatarget**TASSA PAGATA
AUT.DR./CBPA/CENTRO1/1665/PDI

Valida dal 03.05.06

Posteitaliane



Giugno/luglio 2008

Direttore Responsabile

Lamberto Cantoni
lamberto.cantoni@gmail.com

Reporters

Lorenzo Tiezzi
Antonio Bramclet
Francesco Antinolfi

Art Director

Francesca Flavia Fontana

Editore

Eventi Toscani srl
Via dei Termini, 72
53100 Siena
Tel. 0577 45554
Fax 0577 270815

Happy Hours è l'Organo ufficiale di Asso Intrattenimento,

associazione degli imprenditori del ballo aderenti a Confindustria.
Via Tosarelli, 360
45050 Villanova di Castenaso (Bo)
Tel. 051 781607
Fax 051 780455
www.asso-intrattenimento.it
info@asso-intrattenimento.it

Presidente di Asso-Intrattenimento e di Happy Hours:

Luciano Zanchi

Comitato editoriale:

Antonio Degortes
Sergio Buio
Loris fabbro
Maurizio Girolimetti
Luca Calenda
Giancarlo Barisio

03

EDITORIALE

04

TENDENZE

06

CLUB

14

DJS

20

RUBRICA

26

FASHION & MUSIC

28

ASSOINTRATTENIMENTO



LIBERTÀ DI ESSERE AZIENDE

Non ci sono dubbi sul fatto che la burocrazia rappresenti una delle sofferenze più atroci per l'imprenditore di discoteche. Io ho altre attività e ne conosco diverse, ma nessuna di queste è soffocata da una ragnatela di regole, disposizioni, procedure, controlli, paragonabili a quelle della disco. Come reagisce il mercato a questa devastante superfetazione di macro e micro regolamenti? Fuggendo nell'abusivismo, nel precariato, nell'improvvisazione, spesso con la complicità di chi dovrebbe esercitare i controlli, dal momento che persino i rappresentanti della legge fanno fatica a capirci qualcosa, preferendo chiudere un occhio o andare a controllare una discoteca normale.

Quindi gli imprenditori come me, si trovano tra l'incudine dell'istituzione che sull'onda dei pregiudizi storici nei confronti del divertimento ha moltiplicato i regolamenti e il martello dei furboni che hanno risolto il problema dell'eccesso di burocrazia con l'abusivismo.

In una simile situazione non può esserci un mercato vero e proprio. Il nostro settore sta regredendo velocemente posizionandosi a livelli pre industriali e in alcuni casi persino a livelli tribali (pensate ai rave dissimulati che continuano ad essere proposti, oppure a tanti happy hours sregolati sulle spiagge, nei bar, in pizzeria...). E' chiaro che di fronte all'opinione pubblica diventiamo indifendibili. E infatti nessuno versa una lacrima quando chiude una disco e perdono il posto di lavoro una cinquantina di persone.

Di chi sono le responsabilità? I politici e gli amministratori hanno fatto ben poco per regolare (e non regolamentare!) lo sviluppo del settore. I giornalisti vengono a bere gratis nei nostri locali ma poi li raccontano come se fossero spazzatura. Avevamo una grande fiera a Rimini che era un po' il cuore pulsante del nostro mondo e ce la siamo fatta scappare da manager che non conoscendo il nostro mondo l'hanno distrutta. E infine, noi imprenditori, da veri masochisti, ci siamo fatti male da soli, dividendoci, lamentandoci, nascondendoci dietro a pierre, pseudo organizzatori etc.

Potrà la discoteca avere un futuro? Io ho scommesso sul sì. E voglio ripartire facendo tesoro del messaggio che l'opinione pubblica ha dato al Paese con le ultime elezioni. La gente ha deciso di cambiare pagina. Ha mandato a casa i politici tristi che pensavano di governarci con la paura del futuro e con le tasse, dando fiducia al Popolo della libertà.

Nel nome della libertà io e i miei colleghi di Asso cercheremo di negoziare con il nuovo governo nuove opportunità per ricominciare a crescere. Non si è mai visto un Paese libero senza imprese del divertimento sane e profittevoli. Nei nostri locali una volta si formavano musicisti, specialisti dell'entertainment, creativi. Le discoteche davano lavoro ad architetti e designers. Quei tempi possono ritornare. Ma noi dobbiamo essere svelti nel capire che non si fa impresa contro l'opinione pubblica, non ci può essere azienda senza sicurezza, non ci può essere profitto senza regole giuste.

Naturalmente per riuscirci ho bisogno della collaborazione di tutti i miei colleghi. Con la grande politica si dialoga assieme oppure si viene stritolati. Quindi cari colleghi abbiate fiducia in Asso intrattenimento. In definitiva cosa vi costa? Guardate dove vi ha portato l'altro sindacato: praticamente all'estinzione. La speranza di fare azienda con musica e intrattenimento oggi passa attraverso l'adesione ad Asso Intrattenimento. Senza la maggioranza di voi, anche le idee più efficaci non avranno nessun effetto.

Luciano Zanchi

(Presidente nazionale Asso-intrattenimento)

LA CRISI DI RIMINI E RICCIONE

di Lamberto Cantoni

Le disco romagnole per decenni sono state da traino per le mode della notte. Oggi stanno subendo un clamoroso ridimensionamento d'immagine e di fatto che ci permette di capire gli errori che hanno generato la crisi del settore dell'entertainment notturno.

Rimini e Riccione sono famose da sempre tra i giovani e i giovanissimi non certo per il mare, bensì per l'incredibile offerta di musica e ballo, resa famosa soprattutto dagli imprenditori romagnoli a partire dalla metà degli anni ottanta del secolo scorso. In quei giorni, la trasformazione dell'offerta turistica avvenne per via di una contingenza storico/ecologica. Dopo una inspiegabile e assurda invasione di innocue ma impresentabili alghe, i discotecari del territorio ebbero per qualche anno carta bianca per riconfigurare le tematizzazioni utili per l'appeal di località che fatalmente perdevano credibilità nei confronti del cosiddetto turismo familiare. Ci furono investimenti importanti nelle strutture della notte e nacque il mito di Riccione e di Rimini all'insegna della trasgressione. Cosa significava questo concetto per i detrattori delle disco e per i suoi estimatori? Dal punto di vista pragmatico significava che i locali restavano aperti sino al mattino inoltrato e che proponevano musica senza alcun limite. Ovviamente fatta questa mossa ne discendevano una serie di comportamenti edonistici fortemente valorizzati dalle culture giovanili e osteggiati in modo ossessivo dai benpensanti. Da questa polarizzazione pubblica nacque il mito della Romagna trasgressiva, fracassona ma anche di gran moda. Ma bisogna dire che le discoteche romagnole di quel periodo erano tra le più belle al mondo e soprattutto furono le strutture pseudo turistiche che cominciarono a funzionare tutto l'anno.

Il mitico Paradiso di Gianni Fabbri divenne famoso in tutta Europa. Il Byblos, il Bandiera Gialla, il Pascià, il Prince, il Cocoricò erano una meta ambita da tutti i ragazzi di età compresa tra i 16 e i 35 anni.

Fu a Rimini/Riccione che nacquero le prime cubiste, una pseudo professione derivata dalle go go girls di fine anni settanta. Anche il mestiere di pierre divenne importante grazie alle piccole invenzioni marketing delle discoteche romagnole. Insomma, dj, vocalist, scenografi, architetti contribuirono alla creazione di un distretto del piacere che non aveva uguali in Italia e che funzionò come un grande e caotico laboratorio dal quale attinsero un po' tutti quelli che ambivano a creare discoteche.

A distanza di vent'anni il contesto è di gran lunga cambiato. Le discoteche non hanno più la terribile innocenza degli inizi, nessuno parla più con enfasi di trasgressione e sono nate attività alternative che ne hanno ridimensionato il numero.

Per esempio dall'inizio del nuovo millennio si fa musica da disco e si balla dappertutto. Se volessimo applicare i metodi delle analisi quantitative della statistica ne ricaveremmo che, negli ultimi anni, l'effetto disco più celebrato dai media non è stato creato da un club bensì da un bagno, il famoso Papeete di Milano Marittima. E le discoteche? Non solo sono diminuite di numero ma oggi rischiano di scomparire. Quali le cause? Non ci sono dubbi sul fatto che siano cambiate le mode e gli stili di vita. Un tempo fare la fila all'ingresso non disturbava il pubblico oggi si preferiscono i locali aperti, senza biglietto, dai quali si entra e si esce senza pagare dazio. I fans più accaniti della discoteca hanno meno soldi in tasca: i giovanissimi hanno



mediamente il papà che guadagna di meno e i costi del telefonino e di internet da sostenere; per i quasi trentenni trasgressivi l'aumento dei costi della vita impone ovvie limitazioni. Le istituzioni hanno reso quasi impossibile la gestione aziendale di un locale. Infatti a Rimini e Riccione impazzano pierre, prestanome, faccendieri: per chi ha conosciuto la vecchia generazione di discotecari, gli attuali gestori appaiono come nanetti viziosi, inaffidabili, incapaci di avere una visione appena più in là delle proprie tasche. Per un po', il Pascià con un faraonico restyling costato, si diceva, 14 milioni di euro, per molti cultori della night clubbing life sembrava essere il locale capace di invertire la tendenza al declino della costa. Purtroppo è clamorosamente fallito. Se vi fate un giro nel web, i siti che studiano le tendenze alla voce bar e locali non presentano nessuna disco italiana. Ormai solo all'estero si investe in belle discoteche, fatte da architetti ambiziosi per imprenditori esigenti. Verso la fine dei novanta Rimini aveva ancora la fiera più importante per arredatori, architetti e lightdesigners del settore; ebbene oggi non se la fuma più nessuno.

Insomma la Rimini e Riccione della notte sono cadute talmente in basso che quasi quasi scommetterei sulla loro rinascita. Arrivati al fondo sul pozzo non si può che risalire, così dice il senso comune (in realtà ci si può anche restare!). Quali sono le pre-condizioni? Ne segnalo solo tre, per lasciare al lettore di Happy Hours il piacere di completare la lista: 1. La sinergia con l'orientamento medio del turismo che fa da traino all'economia della costa; 2. la capacità di mostrarsi affidabili nei confronti delle istituzioni; 3. investire in belle discoteche per invertire la tendenza a frequentare brutti locali da immerdare.

MAZOOM LE PLAISIR

Mazoom è il locale, Le Plaisir il suo sabato notte. Insieme fanno uno dei pochi club italiani ad essere davvero conosciuto nel mondo. Fondato da Sergio Buiro con la collaborazione di Andrea Lovo alla fine degli anni '80, è il ritrovo di chi vuole ballare al meglio. Da Roger Sanchez a Frankie Knuckles, da Tony Humphries a Francois Kevorkian, da Carl Cox a Steve Lawler passando per David Morales, Sven Väth e Timo Maas... Per una volta non è esagerato scrivere che sul dancefloor e in console al Mazoom Le Plaisir ogni notte si fa la storia del clubbing, visto che nei quasi vent'anni della sua storia dalla sua console sono passati tutti o quasi protagonisti della scena house. Il bello è poi la capacità dello staff del club di essere sempre all'avanguardia anticipando di fatto quelli che saranno poi i suoni proposti altrove. Da anni ogni sabato notte non viene proposta semplice house ma solo e soltanto la sua versione più elettronica. E da anni c'è grande attenzione ai top dj d'area tedesca come Luciano, Anja Schneider, Mark Houle e Matthias Tanzmann, proprio nomi che piano stanno diventando noti anche al grande pubblico. Ma un'anima musicale così grande al club non la regalano solo i dj guest. La sonorità del club, notte dopo notte, l'ha creata negli anni anche Walter S., resident del Mazoom Le Plaisir sin dal 1991.

MAZOOM



MAZOOM





I suoi set sono sempre originali, mescolano funk, elettronica e deep house e più che cercare di creare o seguire questa o quella tendenza, fanno avanguardia. Resident del Royal Café, il privè del club è invece Francis Galante. In questo spazio creativo ed elitario che il cuore del locale, popolato da creature che di giorno sembrano scomparire per poi riapparire sempre diversa la notte successiva, Galante suona solo musica d'ispirazione nera, passando dai classici black & soul alla soulful house più attuale.

Tra i tanti appuntamenti del locale, quello imperdibile per tutti è White Trash, una festa in bianco che arriva sempre intorno alla metà di settembre e che riempie il club di performer, scenografie e stravaganze d'ogni tipo. Molto sentiti anche i party di Halloween e Natale. La forza del marchio Mazoom Le Plaisir fa poi sì che l'atmosfera del club sia diventata anche una one night itinerante che fa ballare diverse discoteche. Il suono del locale ha infine trovato un partner discografico importante in Pride Records, label anch'essa diretta da Sergio Buiò, una realtà già affermata forte di un portale web da cui si accede direttamente dal sito del club.



www.mazoom.it
 via Colli Storici n. 179, San Martino Della Battaglia (Bs).
 A 500 metri dall'uscita A4 Sirmione.
 Aperto tutto l'anno ogni sabato notte e prefestivi.
 Skype: mazoomleplaisir
 Telefono uffici: +39 045 64 50 850
 Telefono club: 030 99 10 319, +39 328 681111

NUVOLARI

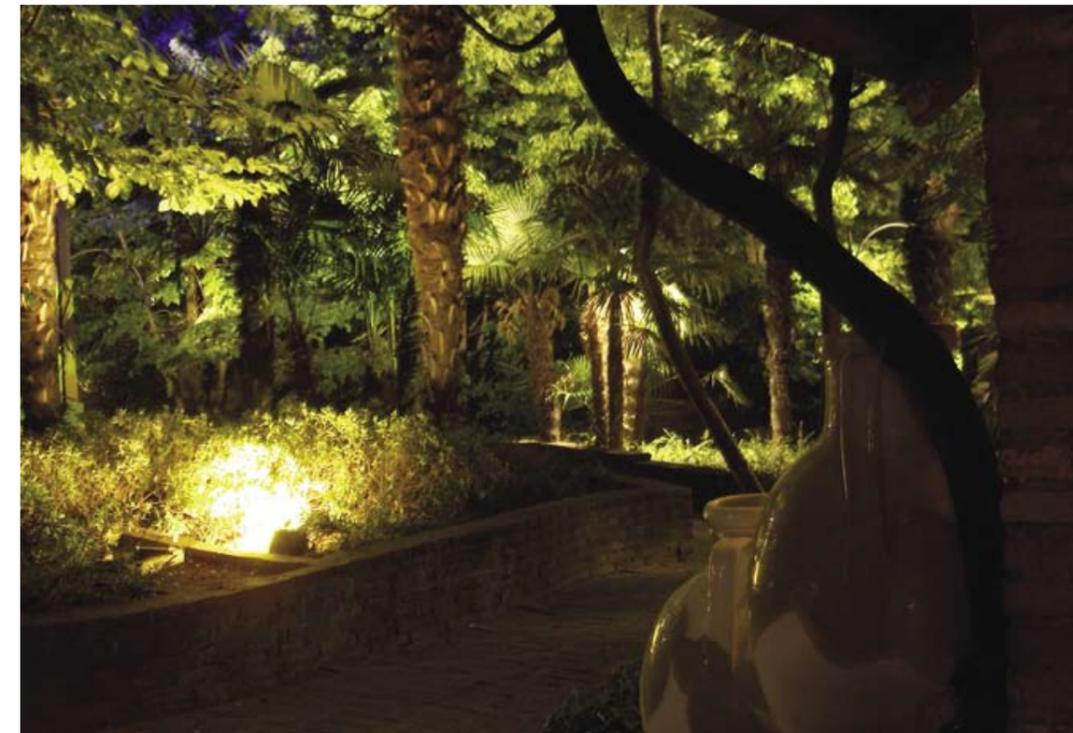


E' una delle più storiche discoteche italiane e ogni estate fa ballare decine di migliaia di giovani. Pochissimi i top dj italiani non sono passati dietro il suo mixer: da Ralf a Joe T Vannelli, ognuno ha portato qui la sua versione di house music. Gigi D'Agostino invece ci ha portato il suo sound mediterraneo e la bella e brava Smokin' Jo il suo suono funk house ancora oggi ospitato al party n. 1 di Ibiza, We Love, la 24 ore dello Space. Il locale ha due piste coperte e tre diverse zone all'aperto, entambe immerse in un giardino che ormai è un vero e proprio eden con palme alte 10 metri. La struttura copre ben 20.000 metri quadrati e a livello musicale c'è l'imbarazzo della scelta perchè le piste sono addirittura 3: in pista due c'è la house story anni '90 con Micheal. In pista 3 Anthony propone house innovativa a 360 gradi. Gli appassionati di video invece si riverseranno senz'altro in pista 1, dove si balla con i clip selezionati da un veterano del mixer come Enrico Tagliaferri. Si tratta di uno spazio davvero multimediale: ben 4 immensi schermi da 200 pollici e 10 schermi al plasma di dimensioni più contenute riescono a dare l'impressione di ballare proprio con Michael Jackson o Raffaella Carrà. Si





tratta di una novità tecnologica importante, per la prima volta sperimentata nella zona di Cremona. Quella del video che interagisce con la musica e non come solo contrappunto visivo è una nuova frontiera che davvero può portare una ventata di novità per i locali, soprattutto quando dietro ai due mixer (audio e video) ci sono veri professionisti come Tagliaferri. "Dalla serata aziendale all'evento, dall'inaugurazione di un locale all'appuntamento fisso... Il video è la vera novità che cambierà il modo di fare intrattenimento" - spiega proprio Tagliaferri - "Credetemi, non ci sono limiti, ve lo dice uno che fa il dj da più di 30 anni!". Ma questa non è l'unica novità dell'estate 08. Al Nuvolari in questa nuova stagione l'ingresso è libero con consumazione facoltativa. Si tratta di un modo per combattere ad armi pari i discobar offrendo però alla clientela una situazione ben diversa da quella di un bar. Infatti, ad esempio, l'orario di apertura è ampio, dalle 23 alle 4 e 30 del mattino e la qualità e la quantità delle proposte di intrattenimento insieme alle dimensioni sono quelle di una vera discoteca.



NUVOLARI
summerfree

NUVOLARI
338/1010803
338/6664160
S.S. Pallese - Cremona
www.nuvolari.it

DJ



Miss Kelly Marie, un'atleta in console

Dietro al mixer il suo stile è energico, mescola soulful, funky e una house music che i britannici definiscono uplifting, ossia musica che fa tira su. Uno stile musicale che probabilmente deriva dalle passioni della sua famiglia: suo padre lavora ancora oggi nel business musicale, la madre è una grande appassionata di soul anni '70 e '80. E' ovvio insomma che Miss Kelly Marie stia dalla minimal e dall'elettronica che sembravano e in certi casi sembrano ancora aver monopolizzato i club negli ultimi anni. Infatti come dj ha già una certa esperienza e può fare a meno di seguire le mode del momento. Lavora in console dal 1994 e già da 11 anni fa ballare i più importanti club di Londra e del pianeta. Dal Ministry of Sound di Londra, al Trade, sempre nella capitale inglese, al The Mix di Dubai... Inoltre frequenta spesso la console italiane e pure quelle di Albania, Egitto, Australia, fa ballare parecchi Full Moon Parties in Thailandia. Nell'estate 2006 è stata resident a El Divino, a Ibiza e ha collaborato con marchi del livello di Fifa, Virgin, BMW, Fashion TV. Oggi Kelly fa parte dei

dj che rappresentano nel mondo il marchio Hed Kandi, una vera potenza in ambito discografico e clubbing. Proprio l'universo HK può servire a capire il perché del successo di Kelly: è giovane, fotogenica, sportiva e le sue foto su Myspace o su H H fanno senz'altro bella figura. Ma è anche una vera dj, ossia una che riesce a unire bellezza e sostanza, ossia l'ideale per un club, soprattutto un fashion club di qualità o una disco di tendenza che abbia il coraggio di andare controcorrente. Kelly è anche produttrice e fa parte del collettivo - label soul8 e ogni sabato dalle 10 alle 12 conduce il suo show sulla radio londinese House.fm. Dicevamo che Kelly è una ragazza sportiva. Forse è invece meglio dire che è una vera atleta. Cintura nera 3° dan di Tang Soo Do, ha fatto parte della nazionale inglese di questa disciplina con la quale ha vinto ben 5 titoli mondiali.

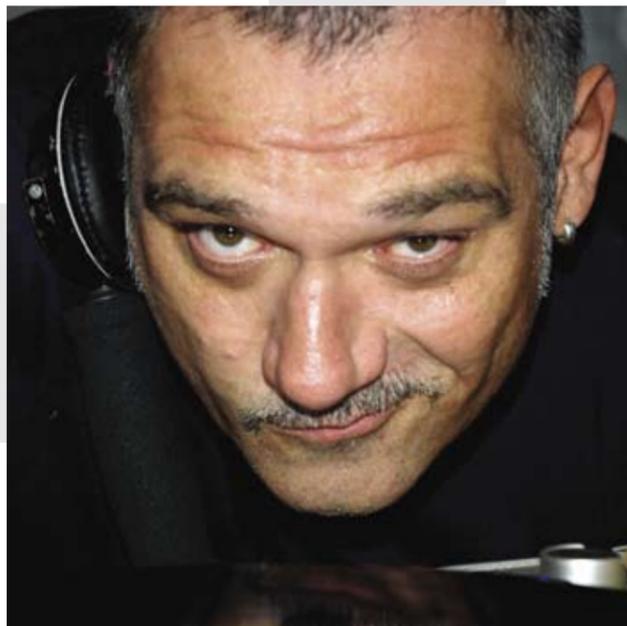
www.myspace.com/djkellymarie



La cassa secondo Ralf

A differenza di tanti dj che dopo una certa età passano tante ore in palestra o dall'estetista a far finta d'esser giovani, Ralf nella sua biografia scrive senza problemi la sua data di nascita: 20/09/1957. Inoltre, da buon umbro, va orgoglioso della sua passione per la buona tavola e pure della sua avversione per le città. Le frequenta solo di notte, quando fa ballare i più importanti club italiani ed europei. Di giorno, ai trend e alle mode, preferisce passeggiate in bicicletta ad andatura lenta e partite a carte con gli amici. Per questo, e per la capacità di creare un flusso musicale che ogni notte passa spesso dalla cassa spinta alla disco di Donna Summer, più un dj dal cachet importante, più che una sicurezza per ogni club che decida di ingagiarlo... è una delle poche leggende del clubbing italiano. Suona un po' dappertutto in Italia, ma i club a cui è più legato sono probabilmente il Cocoricò di Riccione, di cui è tutt'ora regular guest (suona più o meno una volta al mese) e il Tenax di Firenze, una discoteca in cui ogni suo set è un vero evento e inizia dal silenzio più assoluto, come fosse il concerto di una rockstar. La scorsa estate Ralf ha organizzato il suo party Alma al Privilege di Ibiza e nel 2006 ha aperto la sua label LaTerra Recordings, specializzata in elettronica ipnotica.

Ma guai a definire in due parole il suo universo musicale, che è immenso. E' infatti un grande conoscitore di jazz, ascolta di tutto e la sua cultura musicale potrebbe essere un esempio per i giovani su come si fa a diventare veri professionisti. Quando è in console, ovviamente, Ralf è 'costretto' a concentrarsi sulla "musica da ballo", la chiama così, non dance. E ne ha trovata la miglior definizione possibile. "Quella fusione di disco americana nera ed elettronica europea di gruppi come Depeche Mode nata a metà anni '80 e che dilaga ancora oggi. La base comune è quella cassa dritta che alcuni chiamano house, altri techno... In realtà è sempre lo stesso suono". www.djralf.com



La house romana di Emanuele Inglese

Chi conosce e frequenta poco la scena musicale capitolina solitamente lega Emanuele Inglese al recente successo del party Diabolika. Il top dj infatti è stato fino a qualche mese fa dj resident e grande protagonista musicale del party di m2o. In realtà le sue qualità in console Inglese la fa ascoltare da almeno una decina d'anni. E il calore del suo sound deve molto alla vitalità della scena capitolina. 32enne, dal 1997 al 2002 ha suonato al party Muccassassina, poi ha iniziato a far ballare gli eventi Scandalo, sempre col suo sound elektro, dub e potente.

In due parole, quando suona Inglese, spesso chi è in pista si ritrova con le mani alzate anche se il sound è minimale o addirittura sperimentale. E poi, quando è dietro al mixer, Inglese non sta fermo un attimo. Si agita, salta, balla, saluta e soprattutto sorride. Un atteggiamento positivo e caldo che carica la pista quasi quanto la musica. Venendo proprio alla musica, alterna tracce altrui con brani di sua produzione, spesso inediti, per cui la sua energia è veramente difficile da replicare. Tra i suoi dj preferiti ci sono Felix Da Housecat, Sasha, Piemont, Bukkador & Fishbeck, Karotte e Danny Freakazoid. Tra le sue produzioni di maggior successo in passato citiamo "Saxotronic Love", ma sul Myspace dell'artista gira un brano che riassume bene l'Inglese sound. Si chiama "Kubic Room", è una cavalcata elettronica strumentale a cui è davvero difficile resistere ed è stato remixato da Rino Cerrone e Mauro Alpha.

Come accennavamo, il sodalizio Inglese - Diabolika by m2o, che tanto bene ha fatto ai club che hanno ospitato una delle poche one night davvero nazionali, si è rotto. Ma Emanuele non è certo rimasto con le mani in mano. La sua serata 100% Emanuele Inglese è già stata ospitata al Tenax di Firenze, ai Magazzini Generali di Milano, all'Alter Ego di Verona, alla Centrale del Latte di Cremona, etc. E i suoi dj set come guest proseguono senza sosta. www.myspace.com/emanueleinglese

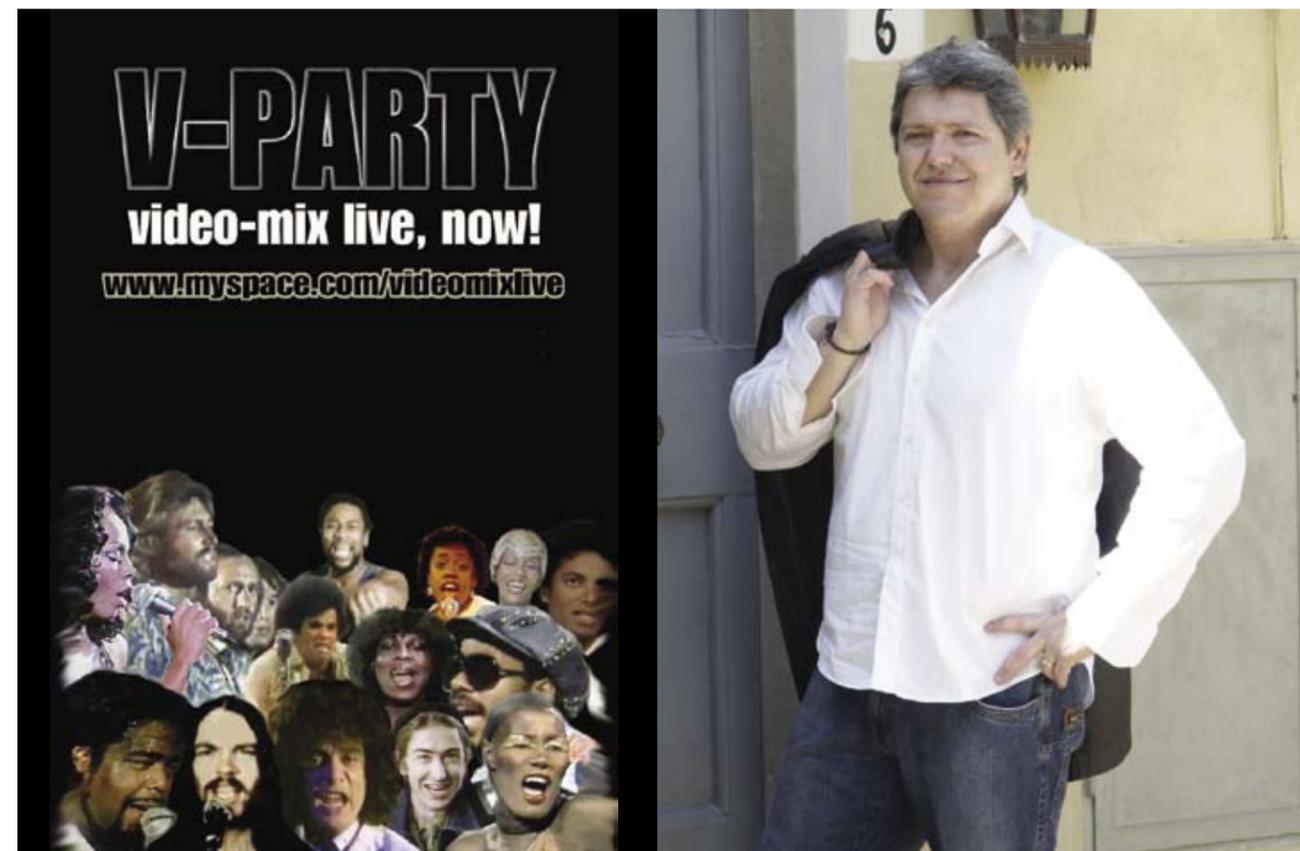




Ronnie Play, un sound engineer del mixer

E' un giovane dj ventottenne attivo soprattutto nel nord Italia ma l'esperienza non gli manca. Ha suonato accanto a tanti dj mito (Coccoluto, Paul Trouble Anderson, Jeff Mills, Mauro Picotto, Sven Väth...) e soprattutto, dal 2001 2006, è stato dj resident al Matrix Club di Coccaglio Bs, club che in quel periodo era gestito da Metempsicosi. E sempre in quel periodo ha suonato anche nei tanti party che l'organizzazione di Zicky e Mario Più porta nei club. Come sempre quando si tratta di giovani dj, non suonava nel cuore della serata, dove chiunque con un minimo di capacità riesce a far ballare una folla scatenata. "Il mio compito era impegnativo perché dovevo occuparmi dell'apertura. Avevo comunque libertà di esprimermi ed è stata senz'altro un'esperienza importante in cui confrontare la mia cultura musicale con la pista". Oggi è invece resident di club importante come la Centrale del Latte di Cremona. Ronnie è anche produttore discografico di buon livello e i suoi dischi, come i suoi set, esplorano a 360 gradi l'elettronica. Ancora con la label di Metempsicosi (Mtm) nel 2007 ha prodotto insieme all'esperto Ricky Le Roy il singolo "Our Destiny" e precedentemente tanti remix tra cui spicca quello del 2004 a "Champs Elysees", una hit di Mario Più. A differenza di tanti colleghi che spingono sempre il mixer e casse fino alla distorsione creando problemi alle orecchie di chi balla, Ronnie è un vero tecnico del suono con tanto di diploma Sae. "E' una delle scuole più conosciute all'estero e in Italia in ambito audio, un vero college dedicato a tutto ciò che riguarda le tecniche di registrazione e amplificazione" - racconta - "È stata una grande esperienza che ha enormemente arricchito il mio bagaglio culturale e che mi ha preparato notevolmente per l'incontro con il mondo del lavoro in questo ambito...E' stata dura ma ne è valsa veramente la pena". Quest'estate Ronnie suonerà in vari club del centro nord Italia.

www.myspace.com/ronnieplaydj



Enrico Tagliaferri: professione vj

Sta in console dal 1976 e ha fatto ballare alcuni dei più storici club italiani. Per un lungo periodo come doppiatore e pure in radio nazionali e non come speaker e direttore di programmi (RTL102,5, Radio Cuore, Fantastica). Oggi, con lo stesso entusiasmo, sta rinnovando il suo ruolo in console aggiungendo il suono all'immagine. "Ho intuito le potenzialità dei videoclip mi sono gettato a capofitto in questa nuova avventura", spiega raccontando il suo nuovo progetto V-Party (www.myspace.com/vidcomixlive).

Si tratta di un dj set fatto dal vivo a suon di videoclip in cui ogni soluzione tecnica è ormai rodada ed efficace. "Provate a immaginare di ballare con le immagini di Michael Jackson quando ancora era di colore, oppure con il balletto di 'YMCA' dei Village People, oppure ancora con il celebre balletto della Cuccarini in 'Vola...' o con la 'mossa' della Carrà...". Non è il solito dj set revival, visto che a farlo è un vero professionista ed è anche un modo di approfondire le proprie curiosità musicali "Tutti conoscono, per esempio, 'Santa Esmeralda', ma pochissimi ricordano la faccia del cantante. V-Party è veramente una serata emozionante, perché al potere della musica, si aggiunge la forza dell'immagine".

Se ormai i dj hanno vita facile a trovare nuovi brani di tendenza e soprattutto scaricano, legalmente e non, da internet, Tagliaferri nella sua nuova veste di vj impiega molto tempo nella ricerca di video vecchi e nuovi. "Dopo aver trovato video che non nascono con scopi commerciali ma puramente promozionali, vanno restaurati e soprattutto ri-masterizzati e ri-sincronizzati. Perché le immagini possono essere vintage, ma il suono assolutamente no, dato che con l'audio entro direttamente nell'impianto della discoteca". Quest'estate Enrico farà tappa fissa al Nuvolari di Cremona, locale che ha voluto credere nelle potenzialità dei video ma senz'altro sarà guest anche altrove. Come sempre il modo più semplice per seguire i suoi spostamenti è cliccare su myspace.com/enricotagliaferri

www.enricotagliaferri.it

DANCE TO THE RHYTHM

di Lorenzo Tiezzi

Che ritmo fa ballare i club italiani ed internazionali? Troppo spesso i manager dei club italiani si affidano ai loro dj dimenticando che ogni locale ha la possibilità di proporre la sua musica. Ecco qualche spunto.

Meglio la disco del radio revival

Le radio italiane, nazionali e non, riempiono la fm di musica dance piena di citazioni del passato musicale recente e non. Il nuovo disco di Madonna prodotto da Justin Timberlake e Timbaland questa volta non lancia nuove tendenze ma si limita a seguire il ritmo. Quello di "Blind" di Hercules & Love Affair, amatissima dai programmatori di Mtv e Radio DeeJay, canzoncina cantata con una voce ambigua alla Sylvester. E pure quello di "Great dj" dei The Ting Tings, inno dance anni '90 con una patina indie rock. I dj che fanno ballare i club italiani negli ultimi anni si sono un po' impigriti e dopo il successo di Bob Sinclar ascoltano le radio per capire come risolvere le serate. Ma quest'estate una cosa è certa: nei club più adulti e fashion musica di questo tipo può andare bene per il pre-serata, ma non può bastare per scaldare l'atmosfera. I club di tendenza senz'altro devono cercare nel futuro, tutti gli altri possono anche provare a proporre disco music originale, quella degli anni '70, senz'altro più originale della ormai consueta house story.



VOLKOV



Collettivi italiani, live internazionali e black music

Le console stanno diventando luoghi più democratici. La dittatura dei dj di vecchia scuola sta, finalmente, finendo e dietro al mixer capita di trovare anche in club di grandi dimensioni veri collettivi o singoli produttori di musica elettronica che propongono i loro live set. Un tempo Martin Buttrich era 'solo' il produttore di Timo Maas, oggi il suo cachet è cresciuto molto e i suoi concerti di elettronica sono richiestissimi (a luglio '08 suona a Riccione, Roma e Firenze). Il movimento italiano invece deve molto ai Subsonica, dalle cui costole sono nati i Krakatoa, dj duo formato da Samuel & Pisti che ormai suona solo in top club (Echoes di Riccione, Goa di Roma, Muretto di Jesolo). Ottimo successo all'estero e ancora troppo poco in Italia lo stanno riscuotendo i Cube Guys, ovvero Intralazzi & Provera, che propongono un set back to back. I 3 Monkey Lovers invece ogni sabato o quasi fanno ballare il Belgia di Dalmine (Bg) con un concerto di elettronica a 6 mani in cui mescolano rumori, effetti e ritmo. Se dietro al mixer si vedono sempre più spesso dj - modelle selezionate per motivi estetici, la creatività femminile fa davvero ballare per motivi musicali in ambito pop e r'n'b - electro. Santi White è il 50% dei Santogold e i suoi suoni meticcii riempiono i club di Uk e negli USA. Stesso successo per le brasiliane CSS, che propongono un indie rock molto vicino alla dance. Sono 4 ragazze e un ragazzo che hanno preso il nome da una frase di Beyoncé: "sono stanca di essere sexy". Un po' di ironia di questo dentro i club italiani senz'altro manca.



Vj e disco multimediali

Una vera tendenza a livello internazionale è quella di trasformare le discoteche in luoghi di ritrovo ipertecnologici. L'era del solo laser, verde o multicolor, è finalmente finita. Accanto ai top dj e ai 'ragazzi delle luci' sempre più spesso trovano posto i mixer video dei vj. Spesso questi ultimi propongono anche musica mixando o rielaborando video e filmati. È il caso di senatori come Enrico Tagliaferri (su questo numero di H H trovate uno spazio dedicato a lui), che analogamente a Marco Ossanna e a Franco Boni propone chicche italiane e internazionali. Ma spesso, all'estero, i club propongono musical da ballo. Tiësto quest'estate arriverà in Italia solo col suo dj set (il 27 luglio all'altro Mondo Studios di Rimini, il 3 agosto alla spiaggia del Faro di Jesolo Lido), ma il suo tour "Elements of Life" è diventato uno show e poi dvd di successo proprio perché il suo è uno show multimediale tutto sommato sobrio e basato sulla sua trance. In Italia invece il livello medio dei vj set sta salendo, ma è ancora piuttosto basso e investire in quest'ambito potrebbe davvero fare la differenza per caratterizzare un club. Non ci sono agenzie specializzate in questo tipo di professionisti, ma una ricerca può partire dalla community romana legata a Lpm (www.liveperformersmeeting.net)

CANSEI DE SER SEXY

DISCOBAR VS DISCOTECHE

La diversità culturale e creativa di due luoghi di ritrovo troppo spesso considerati simili

Dal punto di vista burocratico sembra piuttosto semplice trasformare un bar in un locale di pubblico spettacolo. Si dedica meno del 30% della superficie del locale all'attività di intrattenimento ed il gioco è fatto.

Alcune interpretazioni della legge renderebbero paradossalmente tutto ciò legale. Durante la serata sarà veramente difficile verificare che si effettui intrattenimento soltanto nel 29,9% del locale pensato per tali scopi o anche altrove. E conta poco che le norme urbanistiche, igieniche e di sicurezza dei locali da ballo siano senz'altro più severe rispetto a quelle dei bar. Alla fine la stragrande maggioranza dei

clienti non percepirà grande differenza, non è certo colpa loro se l'abusivismo dilaga.

Ma i locali notturni non sono certo bar qualsiasi, luoghi in cui andare 'a bere qualcosa con gli amici'. Le discoteche rappresentano, dal punto di vista sociale, l'apice dell'intrattenimento giovanile. Sono il luogo a cui ventenni e teen ager pensano tutta la settimana finché il weekend possono frequentarle. Perché solo lì possono vestirsi in un certo modo e sentirsi a proprio agio, solo lì possono conoscere persone simili a loro. Persone che alle 4 di mattina, invece di dormire o 'bere qualcosa' tranquillamente, si divertono ballando.



Chi legge H H sa che le discoteche non sono solo il 'problema' raccontato dai giornali della domenica mattina con 'stragi del sabato sera' & affini, né la loro rilevanza economica è in discussione. Ma la vera differenza tra discobar e club - discoteche è culturale. I nuovi trend nascono spesso a notte fonda e solo dopo invadono il giorno, la normalità. L'elettronica che prima si sentiva solo nei club underground è oggi quella dei dischi di Madonna e Vasco Rossi; la moda di abiti comodi ma sexy le cui linee seguono il corpo è da sempre quella dei clubber e solo da poco delle grandi maison; marchi simbolo come Red Bull, Myspace.com e Guru devono tutto o quasi alla magia della notte... Gli esempi potrebbero essere moltissimi. E chi

pensa che il parigino Buddha Bar sia un bar 'per tutti' e che da esso sia nato il chill out, sbaglia. È club - ristorante esclusivo, come Hotel Costes o Nikki Beach.

È infatti quale bar può davvero investire in arte e musica, ossia pagare cachet di veri professionisti e attrezzare console e impianto audio-video d'avanguardia? Il biglietto d'ingresso permette proprio di coprire il costo dello spettacolo (dj set, vj set, performance...) di cui il cliente, che in discoteca è sempre protagonista e non solo spettatore, entrerà a far parte. Se ne parla poco ma la crisi delle discoteche fa male alla creatività di tutti, anche di coloro che non ci mettono mai piede.

DANCING, LA SITUAZIONE

di Giancarlo Barisio

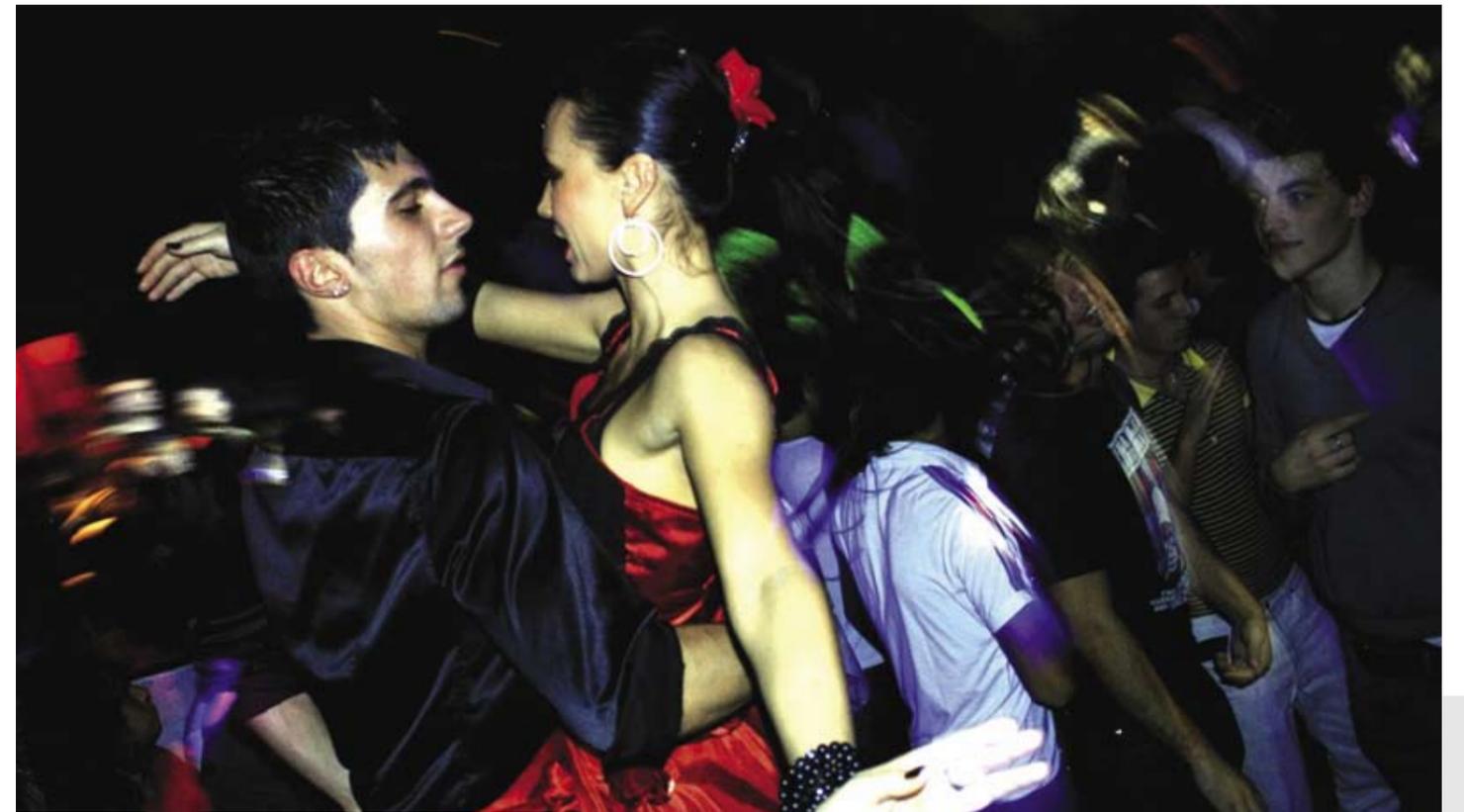
Comunicazione, proposte adatte a un target di clienti ampio, musica di qualità, ottimi drink e 4 sere di apertura a settimana... le sale da ballo non sono certo discoteche di serie B

Dopo un periodo di grande difficoltà negli anni '90, le sale da ballo stanno risalendo la china. Soprattutto i locali che hanno scelto di allargare le proprie proposte e non limitarsi al classico 'ballo liscio' stanno raccogliendo buoni risultati. Qualche sera fa, ad esempio, ho avuto il piacere di esporre fuori dal locale che gestisco a Pavia con mia figlia Simona e con un partner importante come angelo zibetti (l'Antares, a Pavia, ndr), il classico cartello 'completo'. Per 'allargare le proposte' intendo serate di musica da ballo che non si limitino a valzer e mazurche, ma tocchino i lenti, i balli veloci, il boogie (un ballo che sta tornando moltissimo) e soprattutto il ballo latino americano, un genere che ha moltissimi estimatori e che ormai molti colleghi gestori di classiche discoteche utilizzano con successo. Così facendo si riesce a pescare non solo dai soliti patiti di liscio, ma anche da un bacino di 40 - 50 anni che nei club non si trovano più a loro agio. Ormai nelle sale da ballo anche la qualità dei drink è eccellente, si può bere tranquillamente un mojito. L'unico problema per i nuovi frequentatori è il ballo, ossia spesso non sanno ballare... ma stanno nascendo molte scuole che permettono di imparare in breve tempo.

L'unica vera differenza tra disco e sale è che per il ballo di coppia ci vogliono piste ampie, che permettano ai ballerini di volteggiare. Inoltre non è possibile riempire il locale oltre il limite della capienza come spesso accade o accadeva

Giancarlo Barisio.

Imprenditore dal 1960, dal 2004 è consigliere nazionale di Asso-Intrattenimento. Per 25 anni nel sindacato SILB, ha ricoperto la carica di vicepresidente. Nominato presidente nel 1999, ottiene due importanti protocolli d'intesa con il governo in sintonia con AGIS e ASSO Musica. Attualmente gestisce l'Antares di Pavia.



in discoteca, non rimarrebbe spazio per ballare. Inoltre molte sale da ballo aprono dal giovedì alla domenica, nei giorni festivi lavorano pomeriggio e sera e hanno costi artistici importanti: le orchestre top il sabato sera costano 5.000 euro mentre un gruppo di professionisti ha un cachet di 1500 / 1700 euro, ma con questa cifra il locale si avvale di veri musicisti con loro attrezzature. Per quello che riguarda i prezzi, nel mio locale gli omaggi non esistono, si paga sempre: 5 / 8 euro normalmente, 10 euro quando ci sono orchestre top come Bagutti o Omar Codazzi. La consumazione non è compresa ma è ovvio che chi balla per un pomeriggio o una serata beva anche qualcosa. Infine le sale da ballo devono comunicare la propria attività: visto che non esistono pr, è molto importante essere presenti sui giornali locali e collaborare con le radio, ad esempio col network più importante del settore, Radio Zeta.

Anch'io ho gestito locali da ballo giovanili per tanti anni e posso dire che le sale in questo momento possono dare belle soddisfazioni: sono luoghi in cui il gestore può ancora fare la differenza, con la sua capacità di programmare questa o quell'orchestra. Come dicevo, i pr non esistono e tutte le decisioni dipendono dalla proprietà, dalle sue capacità. Probabilmente anche le discoteche devono ripartire da questo, dall'orgoglio e dall'ottimismo dei gestori. Dalla loro capacità di fare la differenza non per una sera ma in un'intera stagione.

CARLO CHIONNA

LA MUSICA NELLA MODA

di Lamberto Cantoni

Carlo Chionna è oggi un creativo di successo. Pur non essendo ancora nella ristretta elite delle grandi marche della moda, la sua azienda di anno in anno continua a crescere e capita sempre più spesso di riconoscere persone che indossano i suoi famosi calzoncini avvolgenti. Sottolineo questo aspetto dal momento che la cosiddetta "moda parlata", mai vista per strada, per via del doping comunicazionale sui media, corre il rischio di essere dominante rispetto alla "moda indossata". Ci sono infatti stilisti dei quali nessuno ha mai visto un abito che sono divenuti delle vere e proprie superstar. Tutti sanno chi sono, tutti pretendono di parlarne con discernimento anche se difficilmente possono dire di avere visto un loro abito reale.

Rispetto a questi, Carlo Chionna appartiene ad un'altra categoria di creativi. Il suo essere personaggio si diffonde insieme a ciò che concretamente produce e vende. La notorietà della sua marca non dipende dalle emozioni fredde trasmesse dai media. Si relaziona piuttosto ad un gioco interessante che vede interagire eventi, emozioni calde ovvero vissute soprattutto dal corpo di chi partecipa, che trovano poi un riscontro nelle sensazioni positive trasmesse dal prodotto.

Una delle caratteristiche principali degli abiti di Carlo Chionna potremmo avvicinarla con la parola friendly, amichevolezza: le sue creazioni se non ne abbiamo fatto l'esperienza, sembrano decisamente sottotono rispetto i virtuosismi di stile imperanti; il design dei suoi prodotti appare semplice, minimale, essenziale. Ma poi quando l'indossiamo avviene la metamorfosi, ovvero quei tessuti e quelle forme che avevamo avvicinato un po' distratti, ci coinvolgono facendoci sentire a nostro agio.

Da dove viene questa caratteristica così seducente della moda 9.2? Mi ha sempre colpito il fatto che quando sono stato invitato alla sue sfilate, feste o eventi, improvvisamente Carlo Chionna spariva dalla circolazione, per materializzarsi dopo un po' dietro ad



una consolle per animare attivamente la serata con una scelta di musiche che denotava grande competenza e un saperci fare da Dj professionista.

Un giorno nel corso di una conversazione Carlo Chionna mi disse che tra la fine degli anni ottanta e i primi novanta sbarcava il lunario facendo il Dj e che la musica da discoteca era la sua grande passione. Comanderete quindi perché, per me, sia ben più di una congettura l'idea che lo stile di Chionna debba moltissimo alla sua esperienza di Dj. Non si può animare le notti di discoteche come il Byblos di Riccione, all'epoca una delle disco più famose in Italia, senza un talento particolare per la musica che comunica con il corpo. Aver praticato il contatto con migliaia di giovani appassionati del divertimento notturno ha plasmato lo stile di Chionna, conferendogli quel carattere avvolgente tipico dell'arte del Dj: un grande Dj è impensabile senza l'effetto di termodinamica musicale dovuto all'energia del pubblico.

Il successo della musica delle discoteche, troppo sottovalutato dai puristi dei concerti o del disco, dipende soprattutto dall'interazione con il corpo. Non mi sorprende dunque se l'abilità emergente del Chionna creativo della moda si riscontra soprattutto nel contatto con il suo prodotto.

Ma c'è dell'altro. Il look pulito e gioioso 9.2 o della linea Carlo Chionna, mi ricordano i tempi non lontani quando la bella discoteca era la regina incontrastata della notte. Dalla metà degli anni novanta in poi, il lato oscuro del divertimento di musica e ballo ha preso il sopravvento. L'immerdamento dark è divenuto una costante. L'elogio sconsiderato della transe ha fatto dimenticare l'emozione di divertirsi in mezzo ad un pubblico di amici. Gli effetti sono direttamente visibili: la discoteca è a rischio di estinzione. Per fortuna la buona musica e i Dj di talento non mancano. Per fortuna ci sono creativi come Chionna che dalla musica hanno saputo trarre spunto per restituirci mode divertenti e leggere. Chissà, forse il successo di 9.2 annuncia un ritorno alla centralità della discoteca contro le pesantezze di rituali affascinanti ma ingestibili e alla lunga invivibili.



QUATTRO ANNI DA PRESIDENTE DI ASSO-INTRATTENIMENTO

di Antonio Degortes



ANTONIO DEGORTES
E LA FIDANZATA
GIADA

Verso la fine del 2007, dopo quattro anni di operatività, sentii che era giunto il momento di cambiare in modo sostanziale il mio impegno con Asso - Intrattenimento. Le mie attività nel campo della commercializzazione della moda avevano preso il sopravvento sul lavoro di imprenditore dell'entertainment. Mi è sembrato giusto nei confronti dei miei colleghi e di me stesso rinunciare a cariche troppo dispendiose per l'unica risorsa che non potevo aumentare all'infinito: il tempo che ciascuno di noi dedica alle proprie attività.

E' mia intenzione in questo articolo proporre ai lettori di Happy Hours una sintesi del percorso sin qui intrapreso, per valutare con più attenzione i mezzi e le finalità messi in campo da Asso-Intrattenimento. Naturalmente in un ruolo diverso continuerò a collaborare con i miei dirigenti e con il nuovo presidente Luciano Zanchi, anche se non potrò più applicarmi come negli anni passati a promuovere un settore che non riesce ad uscire dalle paludi di una crisi strutturale.

Faccio un po' di storia per chi ci conosce da poco.

Asso-Intrattenimento nasce da un gruppo di imprenditori, tutti ex dirigenti della Confcommercio-Fipe/Silb, nel preciso momento in cui diventa evidente che uno dei fattori più drammatici della crisi delle discoteche è indirettamente legato all'impossibilità di agire dall'interno del vecchio sindacato.

Il problema era incredibilmente semplice quanto insolubile: verso la fine degli anni novanta la Fipe con alcuni colpi di mano acquisì il controllo totale del Silb; ma la Fipe deve rendere conto del proprio operato a migliaia di pubblici esercizi e non alle discoteche. Ora, a partire dal 2000 sono proprio i pubblici esercizi ad esercitare nei confronti delle disco la concorrenza sleale più devastante; quindi ci siamo trovati a dover agire contro chi controllava il sindacato delle discoteche. Era chiaro che dall'interno del Silb non saremmo mai riusciti ad esercitare alcuna forma di pressione in difesa dei nostri locali. Inoltre avevamo il sospetto che lo stressante controllo della Fipe non avesse solo l'obiettivo di inibire la nostra legittima aspirazione a difendere le nostre aziende pur andando in rotta di collisione con i pubblici esercizi che in modo abusivo facevano ballare. Molto timidamente qualcuno cominciava a dire che Billè & Co volevano il controllo diretto delle risorse economiche del nostro ex sindacato, il più ricco della Fipe. Col senno di poi, in virtù del modo in cui è stato rimosso Sergio Billè dal ruolo di presidente della Confcommercio, con la lunga sequela di sprechi ampiamente documentate dalla stampa, non posso nascondermi che forse l'obiettivo di

portare alla paralisi l'ex sindacato delle disco fosse legato anche a questioni banalmente economiche. Comunque sia, all'inizio nei primi anni del 2000 le disco sono completamente allo sbando. L'abusivismo si allarga a dismisura, politici e amministratori ignari del cambiamento delle mode notturne continuano a perseguire le disco, la crisi economica 2000-2005 impoverisce i nostri clienti, le nostre attività perdono di valore operativo e di capitale.

Occorreva una svolta. Dal momento che la natura dei problemi che ho elencato non consentivano a nessun singolo imprenditore di agire in vista di una loro soluzione, non avevamo altra scelta che quella di costituire una nuova associazione.

Nacque dunque Asso-Intrattenimento, con l'obiettivo di portare nelle sedi istituzionali la natura specifica dei nostri problemi per difendere essenzialmente le nostre attività dall'assalto degli improvvisati. All'inizio eravamo poco più di una decina di colleghi, divenuti nel corso del tempo qualche centinaio. La caratteristica che ci stava a cuore è che tutti gli iscritti fossero imprenditori di discoteche. L'autenticità di Asso è stata subito apprezzata dalle istituzioni. Malgrado all'inizio non fossimo certo numerosi diventammo subito interlocutori privilegiati di numerosi politici e amministratori. Bisogna aggiungere che avendo fatto la scelta di entrare in Confindustria-Federturismo, potevamo giustamente ostentare una appartenenza di alto profilo politico e culturale.

Quando creammo Asso-Intrattenimento eravamo coscienti degli errori fatti durante la nostra esperienza nel Silb. Sceglidemmo dunque di configurare un sindacato leggero, poco burocratizzato, coscienti che solo un imprenditore del nostro settore poteva conoscere i propri problemi ed avere la forza morale di risolverli. Penso che sia stata una scelta opportuna. Oggi Asso-Intrattenimento è molto più operativo e vivace della nostra controparte Fipe-Silb. Con pochi mezzi siamo riusciti ad affrontare il problema più drammatico del mondo della notte. In poco più di due anni abbiamo denunciato alla Procura della Repubblica centinaia e centinaia di locali abusivi o strutture nelle quali si ballava senza gli opportuni permessi. Svariate decine di strutture illegali sono state definitivamente chiuse e ovunque si balli abusivamente Asso è in grado di agire con determinazione ed efficienza. Ad una sola condizione, tuttavia: che sul territorio vi siano soci attenti a quel che succede, capaci di segnalarci il problema e di fungere da supporto indiretto (è chiaro che le denunce arrivano sempre firmate da un imprenditore/dirigente che non esercita la propria attività nella località chiamata in ballo dalla denuncia). Su questa questione si apre uno dei capitoli irrisolti della breve storia di Asso-Intrattenimento. Devo prendere atto che malgrado la pressione di problemi molto gravi, malgrado le inadempienze del vecchio sindacato legato alla Confcommercio, pur in presenza di una struttura come Asso-Intrattenimento capace di agire velocemente proprio nei confronti dell'abusivismo, tantissimi imprenditori come dei sonnambuli hanno scelto di chiudere gli occhi e tapparsi il naso, abbandonando la propria attività alle oscillazioni di un mercato sempre più selvaggio, senza cercare strade alternative, come per esempio la tutela dei propri diritti e il ripristino di una legalità sostanziale.

Devo dire che capisco chi si sente demoralizzato da una attività avara di successi e sempre più complessa da affrontare, ma aggiungo anche che a me sembra una assurdità il comportamento dell'imprenditore sonnambulo che fa finta di non vedere l'origine dei propri problemi.

Troppi colleghi dunque hanno scelto di non confrontarsi con la realtà. Questo non ci ha consentito di crescere a sufficienza per essere veramente decisivi sui problemi che è possibile risolvere.

Io credo che la priorità a breve termine per Asso - Intrattenimento sia di trovare il modo di far ragionare le aziende sulla necessità di una grande, e transitoria se volete, alleanza tra imprenditori.

Se non creeremo un effetto "rete d'impresе" non avremo mai le carte in regola per negoziare con le istituzioni le ragioni necessarie per avere il successo economico al quale dobbiamo aspirare come imprenditori.

I politici fanno ben poco per capire veramente i nostri problemi. Sono rispettosi solo della rappresentatività. E' ovvio che presentandosi divisi, con un sindacato (Silb) i cui portavoce sono controllati dalla Fipe, e con l'altra associazione minoritaria, le possibilità di risultare convincenti, affidabili, autorevoli sono scarse.

Di conseguenza le priorità che suggerirei al nuovo Consiglio sono certo di continuare a dialogare con il sistema politico, ma è immensamente importante che il nostro messaggio riesca a convincere tutti i potenziali soci di Asso-Intrattenimento.

Siamo tutti d'accordo sul fatto che le idee giuste sono importanti. Ma lo sono anche i numeri, in particolare quando si ha l'ambizione di cambiare le regole del gioco.



IMPRESE E CREATIVITÀ

di Gian Pietro Caliri

Consulente del Presidente di Confindustria-Assontrattenimento per le relazioni istituzionali e internazionali



L'economista francese Jean Monnet, uno dei principali ispiratori e artefici del processo d'integrazione dell'Europa dopo la Seconda Guerra Mondiale, ha lasciato scritto nelle sue Mémoires: "Ci sono due tipi d'ambizione. Coloro che sono ambiziosi d'essere e coloro che sono ambiziosi di fare!"

Confindustria-Assontrattenimento è ambiziosa di fare. E noi tutti sappiamo bene quanti e quali siano le problematiche del settore che esigono un impegno innovativo, creativo, costante ed efficace.

Sappiamo, pur bene, che il settore dell'intrattenimento e dei locali da ballo sta attraversando un periodo difficile, caratterizzato da problematiche distinte e che richiedono "l'ambizione di fare", di far molto e, soprattutto, di far bene.

C'è, innanzitutto, un problema d'immagine. O meglio, come direbbero gli esperti di comunicazione pubblica, di brand. Il marchio del settore appare un po' arrugginito se non, addirittura, criminalizzato. Dobbiamo dircelo francamente: spesso per malignità e faciloneria altrui; alcune volte per la nostra incapacità o cattiva gestione del nostro brand commerciale e sociale.

Come insegnava già Alessandro Manzoni nella sua Storia della Colonna Infame è un vizio atavico e tipico degli italiani di "dare all'untore" e cercare sempre un capro espiatorio. Così, il mondo della notte è diventato per antonomasia associato "allo sballo", al consumo di stupefacenti e, ora, alle "stragi del sabato sera".

Sappiamo bene che non è così e che le statistiche - quelle serie! - smentiscono questa immagine diffamatoria e distorta del mondo della notte! Potremmo, però, anche chiederci che cosa abbiamo fatto, fino ad oggi, e cosa, soprattutto, non abbiamo fatto per ridare al nostro brand d'imprenditori e d'impresie riconoscibilità, affidabilità e garanzia.

Urge che Confindustria-Assontrattenimento e tutti i suoi associati non investano solo nel reclamizzare - e giustamente - le proprie imprese per attirare una sempre maggiore clientela. È, invece, urgente e necessario investire per associare nuovamente il mondo della notte e le nostre imprese a un'immagine e a valori positivi.

Siamo coscienti che le nostre attività generano non solo profitti, ma ricchezza per il Paese, posti di lavoro, indotti per il territorio e la pubblica amministrazione, incrementano il turismo, contribuiscono nel settore delle tecnologie all'export e al made in Italy. Quanti altri lo sanno?

Come operatori del settore siamo i primi a investire per garantire la sicurezza della nostra clientela, dei nostri collaboratori e delle nostre imprese. Quanti altri lo sanno?

Vivendo con loro e fra di loro, sappiamo che i nostri locali sono diventati la nuova Agorà dei giovani: luogo di

aggregazione, socializzazione e crescita. Un fenomeno tipico del nostro Paese e che in Italia ha impedito - per esempio - fenomeni come quelli delle periodiche esplosioni delle banlieux francesi o quello del diffondersi delle gang criminali del fine settimana. Quanti altri lo sanno?

Le statistiche della Direzione Generale Trasporti dell'Unione Europea dimostrano - senza possibilità di smentita - che le "stragi del sabato sera" sono una bufala giornalistica. Un espediente dei mezzi d'informazione per fare notizia la domenica e per colmare il tradizionale silenzio della politica durante il fine settimana. In Italia, come altrove in Europa, ci sono assai più incidenti, più morti e feriti durante la settimana e, soprattutto, di più nei centri urbani che non nelle arterie extraurbane e nelle autostrade. Quanti altri lo sanno?

Da imprenditori, ma ancor prima da donne e da uomini, noi siamo i primi - e non solo per interessi di cassetto - a curarci della nostra clientela e, in particolare, di quella giovanile. Spesso diventiamo i primi e immediati confidenti delle loro problematiche e dei loro bisogni. Se ciò avviene è proprio perché sono venuti a mancare quei tradizionali interlocutori del mondo giovanile. Ma quanti altri conoscono questa realtà?

Abbiamo l'ambizione di fare, non di essere!

Certo, il nostro settore sta attraversando un momento di difficoltà per molte altre ragioni. Ci sono problematiche normative e legali. Questioni fiscali. Ruoli e responsabilità da definire in maniera chiara, legale e non arbitraria. Abusivismi e furberie tipicamente italiane - come quella delle tessere dei pseudo circoli privati - da far perseguire e cessare. Norme chiaramente anticostituzionali e in aperto dissenso con lo Stato di Diritto - come l'articolo 100 del Codice di Polizia - da far ridefinire secondo lo spirito e la lettera della Costituzione Repubblicana. Ce ne sono altre che violano il principio che la responsabilità penale è sempre e solo personale, mai oggettiva. Infine, altre più recenti che ledono il principio di generalità della norma, che non può mai essere diretta a una specifica categoria di soggetti o ad personam - e che violano il principio europeo della libera concorrenza, distorcendo il mercato.

Confindustria-Assontrattenimento ha l'ambizione - come ha già dimostrato di saper fare nello scorso dicembre - d'instaurare con il Governo, il Parlamento, l'Amministrazione dello Stato e quelle degli Enti periferici un dialogo costruttivo, propositivo, costante e innovativo per risolvere una ad una tutte le problematiche che affliggono il nostro settore.

Le analizzeremo attentamente e singolarmente nei prossimi numeri di Happy Hour.

Riteniamo che il nuovo quadro politico uscito dalle elezioni dello scorso 13 e 14 aprile ci consentirà d'attuare, con intelligenza e pazienza, un programma ambizioso, ma concreto.

Per fare questo abbiamo l'urgenza d'investire su di un'operazione di re-brand - o come si diceva una volta - "di ridorare il blasone"!

Dobbiamo dotarci come Confindustria-Assontrattenimento dei mezzi per comunicare diversamente ed efficacemente.

Né noi come imprenditori né le nostre aziende possiamo continuare a subire la sorte dell'untore della Colonna Infame.

Comunicare quello che in realtà siamo e facciamo! Comunicare quello che le nostre aziende in realtà sono e producono! Comunicare quello che la nostra clientela in realtà è e fa!

Dovrà essere questo il nostro biglietto da visita per affrontare uno ad uno "i lacci e laccioli" che ostacolano il nostro settore e gli impediscono d'incidere maggiormente sulla ripresa del Paese, sulla sua crescita sociale ed economica.



IDEE PER LA DISCOTECA VINCENTE E BELLA

Tavola rotonda coordinata da Luciano Zanchi _____

Un confronto di opinioni tra gli imprenditori dell'associazione a favore della condivisione di punti di vista e della critica della situazione congiunturale del mondo della notte.

Cari colleghi e lettori di HH vi propongo 3 idee molto semplici per aprire una discussione i cui esiti verranno diffusi anche sul nostro sito, aperti ai contributi di chi vorrà partecipare. facciamola finita con i lamenti finì a se stessi: ci demoralizzano e soprattutto non servono a nulla: basta paure, più speranze.

Non se ne può più di sentire parlare solo di crisi della discoteca. Ci deve pur essere una via d'uscita ai problemi che bloccano lo sviluppo delle imprese della notte.

malgrado la crisi l'effetto discoteca rimane lo spettacolo/intrattenimento più completo a disposizione di chi ama la musica, l'amicizia e la sicurezza (se tenete conto del numero di clienti con i quali lavoriamo dentro la discoteca c'è sicurezza; perché non riusciamo a comunicarlo al grande pubblico e ai politici?)

La redazione di HH ricomincia da questo numero un work in progress, già sperimentato a suo tempo dall'amico e precedente presidente Degortes, fatto di interventi di protagonisti del settore per costruire una grande banca dati di proposte, speranze, analisi, utili a rilanciare emozioni positive tra gli imprenditori e chi ci segue.

A tutti chiederemo un pensiero, una opinione, una piccola lista di cose da fare funzionali per attivare il pensiero positivo e produttivo.

Qualcuno dirà: Sono le solite parole piene di buone speranze... ma vorrei ricordarvi che a volte sono proprio le giuste che aiutano a cambiare le cose.

Per questo numero abbiamo formulato una domanda molto semplice: Cosa possiamo fare subito per far tornare la discoteca l'incontrastata regina della notte?

Concedetemi di aprire queste conversazioni a distanza, con il mio punto di vista sulla crisi del mondo della notte.

La crisi della discoteca è di sistema, ovvero dipende dalla crisi più generale del Paese; ma oltre a questo livello problematico si deve capire che anche una crisi specifica delle nostre attività.

Sul primo aspetto il nostro raggio d'azione è limitatissimo. Con il Governo Prodi non avevamo vie d'uscita. Impoverendo il Paese ha limitato i consumi, soprattutto quelli considerati effimeri.

Il cambio di Governo sembra essere più favorevole a misure che favoriscano le aziende.

Il problema è che quando si parla di discoteche nessuno pensa al fatto che tra le altre cose, sono delle aziende.

Infatti, ad aggravare la situazione c'è stata inoltre la criminalizzazione dell'ambiente discoteca. Io sono molto preoccupato perché continua la disinformazione. Infatti basta accendere la televisione o aprire un quotidiano per sentirne di tutti i colori riguardo le nostre attività... dall'alcol agli incidenti stradali del sabato sera; dalla violenza allo spaccio di droga... come se nel week end fossero aperte solo le discoteche e non pizzerie, bar, discopub che in modo abusivo propongono musica e ballo.

Su questi problemi possiamo e dobbiamo fare sentire la nostra voce, ma ogni persona intelligente sa che nessun imprenditore o associazione può sola ambire a risolverli.

Esiste però un secondo livello dei problemi che ci attanagliano che dipende essenzialmente da nostre decisioni.

A questo livello dobbiamo fare la nostra parte e quindi eccovi la mia ricetta:

dobbiamo riuscire ad eliminare tutte le attività fatte in concorrenza alla nostra, nascoste dietro una licenza di bar o di ristorante; noi di Asso abbiamo dimostrato di poterlo fare ed è soltanto la presenza di quella specie di mausoleo di imprenditori estinti che è il Silb a non permetterci maggiore incisività;

Dobbiamo imparare a pensare che la scomparsa dei pseudo-imprenditori che hanno fatto discoteche pensando ad un guadagno facile o di risolvere i problemi del cambio di fidanzata, sia una risorsa e non un nostro problema.

Questi mercanti del tempo libero, narcisisti, impreparati e incapaci di gestire locali stanno facendo danni a tutti i veri imprenditori e trovo giusto che scompaiano.

A questo punto possono emergere i professionisti i quali dovranno misurarsi con offerte efficaci e differenziate.

Se il paese reclama sicurezza dobbiamo pensare che anche le discoteche debbano essere percepite come sicure; se il Paese è in crisi dobbiamo trovare formule per far restare popolare il prodotto discoteca, senza far mancare i locali esclusivi che fanno da traino al nostro movimento.

Luciano Zanchi, pres. Asso Nazionale

Sergio Buio (pres. Asso Veneto)

Io penso che politici e amministratori abbiano gravi responsabilità rispetto gli attuali problemi delle nostre aziende. Quando una discoteca è costretta a lavorare in un mercato caratterizzato dall'enorme disparità causata dall'abusivismo, non può evolvere in modo sano.

E' strano come i politici non siano mai sfiorati da questa ovvietà.

Il pregiudizio che acceca i politici quando decidono su di noi è difficile da rimuovere.

Pensate alla pressione esercitata dalla Polizia con cadenza settimanale davanti o in prossimità dei nostri locali (mai davanti a quelli degli abusivi!). Parlo di patenti ritirate ai nostri avventori che vengono sempre più spesso fermati da posti di blocco composti di 5/5 pattuglie come se si cercassero terroristi invece di ragazzi che magari hanno bevuto solo un drink di troppo...

Non è forse un pregiudizio? Tutti sanno che i locali dove si beve di più non sono i nostri. Eppure l'accanimento nei confronti delle disco ha qualcosa di patologico.

Mi chiedo se un po' di colpa non l'abbiamo anche noi. Cosa abbiamo fatto per farci sentire senza contraddizioni. In passato ho sempre sentito parlare di discoteca tutti meno gli imprenditori. Sarebbe ora che lo facessimo in prima persona.

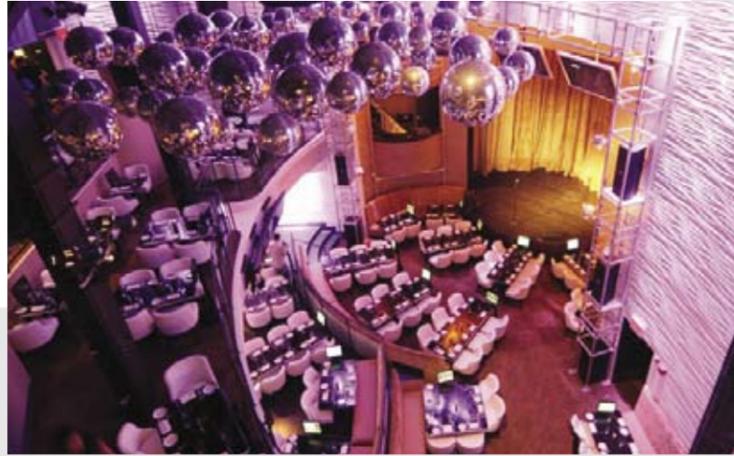
Ezio Rizzoli (pres. Asso Emilia Romagna)

Io da sempre sostengo che un imprenditore ha bisogno di regole. E' ovvio che queste regole devono essere pensate per favorire la crescita economica delle aziende. Se ci sono aziende c'è anche controllo e sicurezza,

Che cosa propongo quindi? Io vorrei che l'Associazione si muovesse con intenzioni positive con il nuovo governo. Le regole dovremmo chiederle noi, per avere la possibilità che esse siano configurate tenendo conto delle nostre attività economiche. Altrimenti ci troveremo regole imposte da emergenze giornalistiche. I politici fanno il loro mestiere che è governare. Se non riusciamo a fargli capire le nostre difficoltà come possono prendere decisioni economicamente sostenibili?

Se ci sono aziende ci sono posti di lavoro e risorse per lo Stato. Senza aziende regna la confusione e i problemi aumentano. Perché non riusciamo a spiegare ai giornalisti e all'opinione pubblica questa realtà? Ormai sono quasi 15 anni che la discoteca è il capro espiatorio di tutto ciò che succede di notte. Ci hanno messo nelle condizioni di scomparire, ma non mi sembra che così abbiano risolto i problemi. Questo significa che la causa non eravamo noi.





Gabon (titolare Café Atlantique di Milano, agenzia Exogroove Communication)

Il lavoro di imprenditore è diventato veramente molto duro. A volte mi chiedo se ne valga la pena di sforzarsi tanto, con la prospettiva di guadagni sempre più ridotti. Il peso della burocrazia ci distoglie dal nostro lavoro specifico: noi dovremmo essere imprenditori creativi; il pubblico si aspetta da noi innovazioni di spettacolo al ritmo delle mode; un locale ogni settimana dovrebbe avere quella novità che attira l'attenzione. E' chiaro che per stare dietro ad una creatività così esasperata dobbiamo esserci con la testa. Oggi diventa sempre più difficile. Gran parte del mio tempo mi viene rubato da banalità burocratiche devastanti.

Cosa fare nell'immediato? Insisto su concetti che ho già esternato.

I locali dovrebbero sforzarsi di andare oltre il concetto attuale di happy hours; basta con eccessivi ingressi omaggio; facciamola finita con dj's strapagati che sostengono di aver suonato ad Ibiza, a Londra e a New York quando al massimo in queste location avranno suonato qualche campanello di qualche ostello... Sono eccessivo! Forse! Certo è che diventa sempre più difficile inventarsi qualcosa di nuovo... Non resta che puntare sull'eleganza minimalista, nella ricerca anche esasperata del bon ton. L'ostentazione diventa sempre più out. Come dicono gli anglosassoni? Understatement. La vera trasgressione si realizza con i toni discreti e con stile. I fenomeni da baraccone non funzionano più nemmeno al circo, non funzionano più nemmeno nei reality televisivi. Certo se ci confrontiamo a Londra siamo sempre un passo indietro, ma in questo caso dovremmo sconfinare in analisi di sistema, forse eccessivi per il nostro settore.

Loris Fabbro (imprenditore e consigliere nazionale Asso)

Sono già intervenuto sul problema del rilancio per il mondo della notte. Non è che su questo tema ci si possa inventare novità sostanziali. I fondamentali per me sono sempre gli stessi.

Primo: è una domanda che non conosce una risposta certa. Se lo sapessi, lo metterei già in pratica. Come sostengo da tempo, il problema vero però non sono le idee (quelle fortunatamente non ci mancano mai, valide o meno valide che siano), ma le condizioni strutturali e sociali nelle quali ci troviamo ad operare.

Negli anni 80 e primi anni 90 (parlo per quello che ho visto con i miei occhi), gestire una discoteca, se uno ci sapeva fare, era sinonimo di successo economico e sociale; oggi invece un bravo gestore di una discoteca che funziona, riesce a pagare tutti i dipendenti, a pagare tutti i fornitori, a pagare l'affitto dei muri, a pagare il mutuo in banca per i lavori di approntamento del locale e a ricavarci uno stipendio dignitoso che lo ripaghi di tutti i rischi e sacrifici, gli utili importanti sono un'utopia, se riesce anche a realizzare degli utili importanti è uno che ha centrato il SUPERENALOTTO... sappiamo benissimo che per uno che centra il SUPERENALOTTO ci sono milioni che non lo vinceranno mai... per una discoteca che ha successo ce ne sono altre che sono costrette a chiudere o destinate a lunghe agonie.

Sgombriamo anche il campo dalla scusa della crisi economica, sono 20 anni che seguo in varie situazioni la spesa del pubblico per il divertimento e le situazioni con le quali mi sono confrontato a parità di condizioni, hanno sempre visto aumentare il proprio fatturato... se un'azienda fattura di meno non è che la gente non spende più per quel prodotto, acquista quel prodotto in un'altra azienda... o in più aziende (la spesa si spalma su più soggetti)

Perché dico che il problema non sta nelle soluzioni che i gestori delle discoteche possono trovare... leggo dagli studi di settore che il numero delle discoteche è passato da 4000 unità dei primi anni 90 a 2500 unità di oggi... non penso che 1500 gestori di discoteche si siano tutti rincoglioniti d'un botto... ma nelle condizioni strutturali... basta fare un'analisi di alcuni punti che andrò ad elencare...

La concorrenza è diventata troppa e per di più è sleale, bisogna avere il coraggio di dire le cose come stanno... oggi anche nei paesetti di provincia ci sono bar che accanto al banco bar hanno anche la console per il dj... ma chi? ma come? ma chi cazzo autorizza questi benedetti esercenti ad organizzare serate con musica ad alto volume fino alle tre di notte e magari anche con il ballo???? non è giusto, se uno fa il contratto di affitto di azienda per una discoteca con tanto di licenza e permessi vari, non è giusto che questa persona veda i propri investimenti messi a repentaglio da una serie infinita di bar che si inventano "discoteca", le licenze da ballo sono contingentate e hanno un valore appunto per questo... Quindi se abbiamo il coraggio di chiudere tutti questi locali, che si inventano discoteca con costi infinitamente inferiori ad una discoteca vera, avremmo fatto il primo e importante passo verso il rilancio dei locali da ballo... "Conditio sine qua non"

Grazie a tutti i bar che diventano music bar, molte discoteche hanno dovuto adattarsi per non morire e hanno introdotto quella che è una caratteristica sostanziale del music bar "entri senza pagare e se ti va consumi altrimenti te ne vai da un'altra parte...spesa = zero" (...e possiamo anche arrivare al top di quelli che entrano, ballano senza neanche consumare!!!), quindi togliendo l'ingresso a pagamento automaticamente i fatturati calano drasticamente e mettono a repentaglio la sostenibilità stessa dell'azienda.

La gente oggi e soprattutto i giovani si muovono con più facilità, sono disposti anche a fare km e km pur di andare in quel locale di tendenza piuttosto che in quello sottocasa che magari è un po' meno di tendenza (per tendenza oggi si intende solo successo di pubblico, non c'è una tendenza più tendenza della gente che porta gente... infondo si esce di casa per incontrare gente e ognuno cerca di andare dove può incontrare più gente possibile)... per cui oggi un locale o funziona a dismisura o non funziona, non ci sono più le vie di mezzo.

Oggi fare un locale è un'impresa troppo costosa. Oggi entrare in un locale nudo e crudo e costruire una discoteca è un'impresa che può essere realizzata solo da chi è talmente ricco che si può dimenticare di averli mai avuti quei soldi che ha speso per fare il locale. Quanti anni può vivere un locale senza essere costretti a rinnovare e quindi spendere altri soldi per stimolare comunque il pubblico : 3 / 4 anni non certo di più... e credo che sia quasi impossibile con i costi attuali rientrare in 3 / 4 anni nell'investimento iniziale di realizzo di un locale per pubblico spettacolo. Quindi succede che magari chi ha le idee giuste e la professionalità, non ha la liquidità per poter realizzare i propri progetti.

I costi del personale sono diventati insopportabili, con il passaggio dalla lira all'euro oggi un barista che fa 3 servizi a settimana, lavorando 6 ore a servizio, guadagna come un buon dipendente che fa 40 ore settimanali, per questo vediamo sempre più indiani ed extra comunitari che fanno i camerieri, baristi, office etc etc... non certo perché i ragazzi italiani non lo vogliono fare, ma perché pretendono troppo per quello che è il loro ruolo.

Ci sarebbero anche altri punti da poter sviscerare, ma questi sono certamente i più importanti e quelli secondo me risolutivi, non ci potrà mai essere un rilancio del mondo della notte senza la risoluzione del primo punto che ho trattato, qualsiasi idea, qualsiasi trovata che un gestore può avere potrà funzionare per il suo locale ma non sarà certo una ricetta esportabile, se perdura la concorrenza sleale e selvaggia di tutti i "MusicBar".

I bar facciano i bar e le discoteche tornino ad essere il luogo deputato in maniera esclusiva, per ascoltare musica e ballare fino alla 3 di notte... Tutto il resto sono favole... e se un gestore racconta favole o crede alle favole è un povero coglione ipocrita !!!

DUBBI INTERPRETATIVI RISOLTI DALL'AGENZIA DELLE ENTRATE IN MATERIA DI "INTRATTENIMENTO E SPETTACOLO"

di Dott. Emilio Tancredi

La risoluzione n.91/E del 13 marzo 2008 fornisce chiarimenti su quesiti formulati sulle seguenti materie:

Ingresso libero e consumazione obbligatoria - Disciplina dei titoli gratuiti

La prima problematica affrontata è relativa alla modalità di certificazione degli ingressi nel caso di "ingresso libero e consumazione obbligatoria" e venga consentito ad alcuni partecipanti di accedere al locale senza il pagamento di un corrispettivo e senza obbligo di consumazione.

L'Agenzia delle Entrate dopo aver richiamato la disciplina applicabile alle prestazioni gratuite rese nell'ambito delle attività di spettacolo e di intrattenimento, con la risoluzione "de qua" ha evidenziato che gli organizzatori di spettacoli e di intrattenimenti hanno facoltà di concedere accessi gratuiti anche oltre le soglie percentuali indicate ai fini IVA (art.3, comma quinto, lett.a), del DPR n.633/1972 e per le attività di intrattenimento (art. 26, comma 1, DPR n.640/1972) e che per tali prestazioni gratuite rese al di fuori dei limiti stabiliti costoro sono comunque tenuti al versamento dell'IVA e dell'imposta sugli Spettacoli in base al prezzo stabilito per la corrispondente categoria di titoli di accesso a pagamento.

Quindi qualora nell'ambito di una manifestazione in cui viene adottata la formula ingresso libero e consumazione obbligatoria e ad alcuni partecipanti venga consentito di accedere ai locali senza il pagamento di un corrispettivo e senza obbligo di consumazione anche a costoro deve essere rilasciato un titolo di accesso emesso tramite gli appositi misuratori fiscali, contenente l'indicazione dell'ingresso gratuito.

Somministrazione di pasti in discoteche e sale da ballo

La risoluzione fa riferimento al caso in cui un'impresa gestisca locali dotati di una zona ristorante aperta esclusivamente quando in un settore attiguo viene offerta attività musicale e/o danzante e in particolare quando nella prima parte della serata vengono somministrati i pasti mentre nella seconda parte viene offerta l'attività danzante con le seguenti modalità di accesso:

ingresso gratuito per le persone che fruiscono della zona ristorante;

ingresso libero e consumazione obbligatoria per le persone che non fruiscono della zona ristorante.

L'Agenzia delle Entrate avendo osservato in tal caso che l'ingresso nella zona intrattenimento è subordinato alla effettuazione di una prestazione obbligatoria (cena) in quanto solo coloro che hanno cenato possono sì accedere liberamente alla sala da ballo, mentre coloro che non hanno cenato possono sì accedere a tale spazio ma devono effettuare una consumazione durante la fruizione del trattamento, ha precisato che la somministrazione di pasti non si caratterizza come un evento autonomo ma è strettamente correlata all'attività di intrattenimento e quindi i corrispettivi delle cene devono essere assoggettati all'imposta sugli Spettacoli (ai sensi dell'art.3, comma 2, lett.b del DPR n. 640/1972) e ai fini IVA all'aliquota del 20% propria della prestazione principale di intrattenimento (art. 74 quater, comma 6 bis, del DPR n.633/1972).

Per quanto riguarda le modalità di certificazione delle prestazioni queste devono essere certificate, in quanto accessorie a quelle principali di intrattenimento, mediante titoli di accesso emessi con gli appositi misuratori fiscali o biglietterie automatizzate.

Imposta sugli Intrattenimenti - Riduzioni riconosciute

E' stato chiesto se ai fini dell'applicabilità del beneficio fiscale previsto dall'art.20, comma2, del DPR n.640/1972, in caso di emissione di titoli di accesso a prezzo ridotto, i gestori dei locali dove si svolgono le attività di intrattenimento possano determinare in modo assolutamente discrezionale la categoria di persone alle quali praticare il prezzo ridotto, oppure se le categorie di partecipanti alle quali praticare la riduzione debbano presentare caratteri oggettivi (ragazzi, militari, donne ecc.)

Al riguardo l'Agenzia delle Entrate con il primo comma dell'art. 20 DPR n.640/1972 individua esattamente le categorie di persone che possono fruire della riduzione precisando che l'imposta sugli Intrattenimenti è commisurata al prezzo pagato in misura ridotta in caso di riduzione ai militari di truppa, ai ragazzi ed alle categorie di partecipanti da determinarsi con Decreto del Ministro delle Finanze; mentre con il secondo comma dello stesso articolo lascia all'organizzatore la possibilità di stabilire direttamente le categorie dei partecipanti ai quali rilasciare i titoli a prezzo ridotto, a condizione che dette categorie siano preventivamente individuate sulla base di criteri oggettivi.

Manifestazioni di lap dance effettuate in locali diversi dalle discoteche e dalle sale da ballo

E' stato chiesto all'Agenzia delle Entrate se le precisazioni fornite con la risoluzione n.81/E del 27 aprile 2007 possano applicarsi nel caso in

cui in una manifestazione di lap dance siano mancanti uno o più dei seguenti elementi

partecipazione attiva del pubblico (il pubblico assiste solamente);

prevalenza di musica registrata

svolgimento in discoteche o night club

E inoltre se le consumazioni obbligatoriamente imposte nel corso di lap dance in bar, pub, ristoranti eccetera debbano essere considerate accessorie ai fini IVA e se, pertanto debbano essere assoggettate all'aliquota IVA del 20%.

L'Agenzia delle Entrate richiamando le precisazioni fornite con la risoluzione sopra riferita nella nota n. 1 ha previsto che tutti gli intrattenimenti diversi da quelli espressamente indicati nella tariffa allegata al DPR n.633/1972, ma ad essi analoghi, sono assoggettati all'imposta stabilita dalla tariffa stessa per quelli con i quali, per la loro natura, essi hanno maggiore analogia.

Ha quindi ravvisto nell'attività di lap dance elementi di analogia che consentono, nella loro valutazione complessiva, di ricondurre l'attività in questione fra le manifestazioni di intrattenimento di cui alla suddetta nota e, conseguentemente, di assoggettare dette esibizioni all'imposta sugli Intrattenimenti, nonché al regime IVA recato dall'art. 74, sesto comma, del DPR n.633/1972, ma non ha inteso attribuire a ciascuno dei profili richiamati solo esemplificativamente nella stessa risoluzione n. 81/E valore di elemento essenziale, in mancanza del quale la lap dance perderebbe la connotazione di attività d'intrattenimento.

Ciò significa che le consumazioni obbligatoriamente imposte nelle sale da ballo e nelle discoteche da imprese che svolgono quale attività principale le lap dance sono soggette all'aliquota IVA ordinaria del 20% propria delle prestazioni di intrattenimento e spettacolo.

Per quanto riguarda invece le consumazioni offerte dalle imprese che svolgono come attività propria quella di somministrazione di alimenti e bevande (bar, pub, ristoranti ecc.) nel corso di manifestazioni di lap dance, l'Agenzia delle Entrate con la risoluzione ha precisato che le stesse, quantunque rese durante lo svolgimento di attività d'intrattenimento, rimangono assoggettate all'applicazione dell'aliquota IVA del 10% riguardante le somministrazioni di alimenti e bevande; prestazioni di servizi dipendenti da contratti di appalto aventi ad oggetto forniture o somministrazioni di alimenti e bevande.

Compenso ex art. 72 e 73 Ld.A. per l'utilizzo di fonogrammi nel corso di intrattenimenti in discoteche, sale da ballo e locali analoghi.

Con il n. 1 del Febbraio-Marzo 2007 di HAPPY HOURS sono stati informati gli imprenditori di discoteche, sale da ballo, night club del recesso a partire dal 1.1.2007 della convenzione fra S.C.F. e S.I.A.E. per l'incasso riguardante la concessione in licenza dei diritti di riproduzione e comunicazione di fonogrammi nei suddetti locali di intrattenimento.

Nel primo semestre dello scorso 2007 ci sono stati incontri fra ASSO INTRATTENIMENTO, rappresentata dal Presidente Dott. Antonio Degortes, dal consulente Dott. Emilio Tancredi e dal Consigliere Sig. Maurizio Betti, e S.C.F. rappresentata dal Presidente Dott. Gianluigi Chiodaroli e dal Direttore Dott. Saverio Lupica.

ASSO INTRATTENIMENTO ha in queste riunioni presentato un nuovo sistema di calcolo finalizzato alla semplificazione delle modalità di liquidazione dei diritti connessi, in passato estremamente criptiche ed applicate per l'incasso direttamente dagli uffici periferici S.I.A.E., accogliendo il principio della debenza dei diritti laddove dovuti per l'utilizzo di fonogrammi di titolarità delle imprese che avessero conferito apposito mandato ad S.C.F.

Purtroppo pur avendo dimostrato ogni più ampia disponibilità alla trattativa e nella totale assenza di FIPE-SILB, la Commissione Paritetica non è stata più convocata dopo che un funzionario S.C.F., ha incaricato di prendere contatti con il consulente di ASSO INTRATTENIMENTO Dott. Emilio Tancredi, non ha fatto seguito alle proposte in bozza anticipate.

Nel frattempo del tutto inopinatamente gli iscritti ad ASSO INTRATTENIMENTO, così come altri imprenditori di altre Associazioni Sindacali, si sono visti recapitare stampati e questionari vari, utilizzando anche parte dei parametri forniti da ASSO INTRATTENIMENTO, volti a conoscere incassi e quant'altro utile ad S.C.F. al fine di applicare compensi non solo non concordati, ma del tutto autonomamente determinati, al di fuori di qualsiasi riferimento con la realtà e in misura eccessivamente cospicua e sperequata rispetto a quelli liquidati e versati ante 1.1.2007 dando pretestuosa giustificazione di adeguamento a parametri europei.

La totalità degli associati ad ASSO INTRATTENIMENTO, opportunamente informata con tempestivi comunicati, di tale irrituale procedura ha rifiutato ogni imposizione da parte di incaricati S.C.F., che in spregio alla manifesta disponibilità ad un nuovo equo accordo, hanno tentato con ogni mezzo e pressioni di ogni tipo di ottenere esagerati pagamenti; mentre è stata anche invitata ad accantonare gli importi, qualora dovuti e se relativi a fonogrammi di imprese aderenti ad S.C.F.

Si invitano, pertanto, gli iscritti a segnalare tempestivamente ogni richiesta di pagamento da parte di eventuali incaricati S.C.F. riferendo loro che eventuali versamenti saranno effettuati soltanto dopo la conclusione di un eventuale nuovo Accordo.

In ogni caso si è già da tempo e più volte provveduto ad informare S.C.F. che ogni ripresa di trattativa sarà questa volta accettata a patto che ciò avvenga unitamente con la partecipazione al tavolo paritetico anche di FIPE-SILB al fine di giungere alla definizione di Accordi che valgono ugualmente per tutti gli imprenditori.

Infine e solo per notizia si informa che è stata recentemente posta allo studio la possibilità di una reciproca collaborazione fra S.I.A.E. ed I.M.A.I.E. (Istituto per la tutela degli Artisti Interpreti ed Esecutori) per l'eventuale affidamento alla S.I.A.E. di uno sportello unico per la riscossione, tramite gli uffici di quest'ultima, dei diritti inerenti le rispettive competenze.

LAP DANCE

Alcuni iscritti ad ASSO INTRATTENIMENTO hanno segnalato l'assurdo trattamento tariffario per il calcolo del diritto d'autore applicato da uffici S.I.A.E. in occasione di "Lap dance" organizzata in sale da ballo, discoteche, night club ed esercizi similari da imprese di spettacolo quale supporto dell'attività di trattamento danzante offerta ai propri clienti.

Nella determinazione del compenso dovuto hanno qualificato tale attività come "arte varia" e non come trattenimento danzante facendo così discendere da tale pretestuosa interpretazione la liquidazione del diritto d'autore nella misura percentuale del 4% con l'applicazione di un minimo garantito nella misura del 50% su alcune tabelle predisposte da S.I.A.E. che tengono conto della capienza del locale e non invece delle effettive presenze, anziché quella del 10% più compenso integrativo secondo i parametri stabiliti con l'Accordo S.I.A.E./ASSO INTRATTENIMENTO in vigore dal 1 settembre 2004.

Il risultato dei conteggi è che un locale con capienza di 200 persone che pratica il sistema di ingresso libero e consumazione obbligatoria al prezzo di € 15,00 con la partecipazione di 40 persone alla serata, versa nel primo caso di "arte varia" un importo di € 84,57 (dovendosi fare riferimento al minimo garantito), nel secondo caso di trattenimento danzante € 45,00.

Ora pur senza soffermarsi più di tanto sul concetto che per "arte varia" deve intendersi quello spettacolo composto da varietà, illusionismo, cabaret, recital di prosa e poesia, brani di commedia musicale etc. e che tale forma di evento viene inserito per la sua stessa natura nella tabella C allegata al D.P.R. 633/72 in quanto riguarda un aspetto statico, passivo del fenomeno assistendo lo spettatore al fenomeno così come gli viene offerto senza quindi una sua partecipazione attiva, vale la pena di andare alla Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate n.81 del 27.04.2007 che sia ai fini dell'imposta sugli intrattenimenti che dell'IVA osserva come l'attività di "lap dance" consiste in una peculiare forma di ballo erotico svolto in appositi locali normalmente adibiti a discoteca o night club con l'utilizzazione di esecuzioni musicali normalmente non dal vivo.

Tale forma di intrattenimento, contrariamente all'"arte varia" si caratterizza per la partecipazione attiva dei presenti in sala che al limite possono anche entrare in contatto con le ballerine e con i movimenti da esse eseguiti magari esibendosi essi stessi in una particolare forma di ballo.

Inoltre la partecipazione attiva del pubblico, lo svolgimento in discoteche, sale da ballo e night in orari normalmente dedicati al ballo e con musica prevalentemente riprodotta evidenziano in modo inequivocabile che la "lap dance" ancorchè non specificamente menzionata nella tariffa allegata al DPR n.64/72 deve essere assimilata agli intrattenimenti con i quali presenta maggiore analogia e nel caso in esame naturalmente il ballo.

A questo punto non si comprende come per le caratteristiche della "lap dance", che si estrinsecano nella partecipazione attiva dei clienti, svolgimento in appositi locali normalmente adibiti a discoteche o night club riconducibili agli intrattenimenti e in forza della nota n.1 allegata al DPR 640/72 assoggettabili quindi sia all'imposta sugli intrattenimenti con l'applicazione dell'aliquota del 16% che all'IVA con aliquota del 20% non si debba applicare il diritto d'autore nella misura prevista per trattenimenti danzanti in discoteche e sale da ballo con prevalenza di musica non dal vivo.

Per quanto sopra si invitano tutti gli Associati a riferire ogni applicazione difforme dalla corretta applicazione del diritto d'autore per ogni utile intervento presso la Direzione Generale della S.I.A.E.

Ufficio Consulenza Asso-intrattenimento



LAP DANCE - RISOLUZIONE AGENZIA DELLE ENTRATE N.81 DEL 27.04.2007

Oggetto: istanza di interpello - Tariffa allegata DPR . 640 DEL 1972 - Attività di Lap dance

Con la risoluzione n.81 del 27/04/2007 l'Agenzia delle Entrate ha qualificato come intrattenimento l'attività di "lap dance" precisando che qualora siano previsti corrispettivi percepiti per "ingresso a pagamento" o "ingresso libero e consumazione obbligatoria" tutti i proventi sono soggetti all'imposta sugli intrattenimenti con l'aliquota del 16%.

Inoltre con circolare n. 28 del 4 agosto 2006 è stato precisato che le consumazioni obbligatoriamente imposte nelle sale da ballo, nelle discoteche, night club ed esercizi similari da imprese che svolgono quale attività principale l'intrattenimento o lo spettacolo sono soggette all'aliquota IVA ordinaria del 20% propria delle prestazioni suddette.

Tali prestazioni devono essere certificate con titoli di accesso emessi mediante gli appositi apparecchi misuratori fiscali o biglietteria automatizzate di cui al decreto 13 luglio 2000. La circolare n.28 del 2006 ha confermato, inoltre, che resta ferma l'applicabilità dell'aliquota IVA del 10% alle consumazioni facoltative.

Ufficio Consulenza



S.C.F. E S.I.A.E.

ENPALS - ATTIVITA' ISPETTIVA S.I.A.E.

In merito alle innovazioni apportate dall'art.39 quater della Legge 29.11.2007.222 che ha modificato il testo del comma 188 della Legge 27.12.2006 n.296 fino a precise disposizioni che saranno fornite dall'Ente Previdenziale gli operatori della S.I.A.E. nello svolgimento della loro attività ispettiva procederanno, come di consueto, alla effettuazione di controlli raccogliendo tutte le informazioni possibili sia dai datori di lavoro che dai lavoratori in maniera da consentire all'ENPALS il successivo sviluppo degli atti nel pieno rispetto delle previsioni di Legge.

Art. 39 quater

Modifiche all'art. 1, comma 188, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, in materia di esenzione contributiva per esibizioni musicali in spettacoli di intrattenimento.

1: All'articolo 1 della Legge 27 dicembre 2006, n.296, al comma 188, primo periodo, le parole da: "in spettacoli musicali" fino a: "l'importo di 5.000 Euro" sono sostituite dalle seguenti:

"musicali dal vivo in spettacoli o in manifestazioni di intrattenimento o in celebrazioni di tradizioni popolari e folkloristiche effettuate da giovani fino a 18 anni, da studenti fino a 25 anni, da soggetti titolari di pensione di età superiore a sessantacinque anni e da coloro che svolgono un'attività lavorativa per la quale sono già tenuti al versamento dei contributi ai fini della previdenza obbligatoria ad una gestione diversa da quella per i lavoratori dello spettacolo, gli adempimenti di cui agli articoli 3,4,5,6,9,e 10 del Decreto Legislativo del Capo provvisorio dello Stato 16 luglio 1947, n.708, ratificato, con modificazioni, dalla Legge 29 novembre 1952, n. 2388, e successive modificazioni, sono richiesti solo per la parte della retribuzione annua lorda percepita per tali esibizioni che supera l'importo di € 5.000".

Ufficio consulenza Asso-Intrattenimento



Con il n.1 del Febbraio/Marzo 2007 di HAPPY HOURS sono stati informati gli imprenditori di discoteche, sale da ballo, night club del recesso a partire dal 1.1.2007 della Convenzione fra S.C.F. e S.I.A.E. per l'incasso riguardante la concessione in licenza dei diritti di riproduzione e comunicazione di fonogrammi nei suddetti locali di intrattenimento.

Nel primo semestre dello scorso 2007 ci sono stati incontri fra ASSO INTRATTENIMENTO rappresentata dal Presidente Dott. Antonio Degortes, dal consulente Dott. Emilio Tancredi e dal Consigliere Sig. Maurizio Betti e S.C.F. rappresentata dal Presidente Dott. Gianluigi Chiadoroli e dal Direttore Dott. Saverio Lupica.

ASSO INTRATTENIMENTO ha in queste riunioni presentato un nuovo sistema di calcolo finalizzato alla semplificazione delle modalità di liquidazione dei diritti, in passato estremamente criptiche ed applicate per l'incasso dagli uffici periferici della S.I.A.E. accogliendo il principio della debenza dei diritti laddove dovuti per l'utilizzo di fonogrammi di titolarità delle imprese che avessero conferito un apposito mandato ad S.C.F.

Purtroppo pur avendo dimostrato ogni ampia disponibilità alla trattativa la Commissione Tecnica Paritetica non è stata più convocata mentre inopinatamente gli iscritti ad ASSO INTRATTENIMENTO così come altri imprenditori di altre Associazioni Sindacali si sono visti recapitare stampati e questionari vari volti a conoscere incassi e quant'altro utile ad S.C.F. per applicare compensi non solo concordati ma al di fuori di qualsiasi riferimento con la realtà e in misura eccessivamente cospicua e sperequata rispetto a quelli liquidati e versati ante 1.1.2007.

La totalità degli associati di ASSO INTRATTENIMENTO, opportunamente informata con tempestivi comunicati di tale irrituale procedura, ha rifiutato ogni imposizione di incaricati S.C.F. che hanno tentato con ogni mezzo di ottenere esagerati pagamenti mentre è stata anche invitata ad accantonare gli importi, qualora dovuti e se relativi a fonogrammi di imprese aderenti a S.C.F.

Con l'occasione si invitano gli iscritti a segnalare tempestivamente le richieste di eventuali incaricati S.C.F. e contestare che ogni eventuale riconoscimento sarà rinviato alla conclusione di un eventuale nuovo accordo.

Al momento si è provveduto ad informare S.C.F. che ogni ripresa di trattativa sarà accettata a patto che ciò avvenga unitamente al sindacato FIPE-SILB al fine di giungere alla definizione di accordi che valgano ugualmente per tutti gli imprenditori.

Per ulteriore notizia si informa che è stata recentemente posta allo studio la possibilità di una reciproca collaborazione fra S.I.A.E., S.C.F. ed IMAIE (Istituto per la tutela degli Artisti Interpreti ed Esecutori) per l'eventuale affidamento alla S.I.A.E. di uno sportello unico per la riscossione, tramite gli uffici di quest'ultima, dei diritti inerenti le rispettive competenze.

NOTIZIE DA
ASSO-INTRATTENIMENTO

ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE SOCIALE

Il Decreto del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali del 14.11.2001 n.471 (Gazzetta Ufficiale n.21 del 25.1.2002) ha disciplinato il registro delle associazioni di promozione sociale a carattere nazionale e, quindi, alle associazioni iscritte sono applicabili le agevolazioni per le prestazioni rese ai familiari dei soci e l'esonero dell'imposta sugli intrattenimenti delle quote sociali e dei contributi.

Detti benefici sono relativi alle sole associazioni iscritte nel registro nazionale o in quelli regionali se istituiti.

L'iscrizione in un registro nazionale non comporta l'automatico inserimento nel medesimo di tutti i circoli che aderiscono alla associazione dal momento che ogni circolo è un autonomo soggetto giuridico.

Il citato D.M. recita che il diritto di iscrizione delle articolazioni territoriali e dei circoli affiliati alle associazioni nazionali si attua con la certificazione del Presidente Nazionale attestante l'appartenenza dei soggetti all'associazione nazionale medesima e la conformità dei loro statuti ai requisiti di legge.

ATTIVITA' DI SPETTACOLO E CONTRIBUENTI MINORI

L'Agenzia delle Entrate con la risoluzione n.86/E del 15.6.2004 ha fornito chiarimenti sui rapporti tra il regime agevolato dettato dall'art.74 quater,c5, del D.P.R. 633/1972 e quello di cui all'art.8 del D.P.R. n.54/1999.

A seguito della modifica del 1° comma del citato art. 8 operato con L. 360/2003 art. 2, c. 59 è venuto meno in tale norma il riferimento all'art. 74 quater, comma 5 esistente fino al 31.12.2003, mentre anche l'entità del volume d'affari prevista dalle due disposizioni in esame non è più omogeneo. Infatti mentre è stato elevato a € 50.000,00 l'importo previsto dall'art.8, quello dell'art.74 quater è rimasto invariato ad € 25.882,84.

Gli organizzatori interessati possono liberamente scegliere se adottare entrambi i regimi semplificati oppure uno solo di essi, fermo restando il rispetto dei relativi "tetti" del volume d'affari.

CONTRIBUENTI MINORI. CASI DI ESONERO DALLA CERTIFICAZIONE FISCALE

I contribuenti minori sono quelli che nell'anno precedente hanno realizzato un volume d'affari non superiore ad € 25.882,84 per l'intrattenimento o a € 50.000,00 per le attività di spettacolo.

Ad essi si applica l'art. 8 c.1 del D.P.R. n. 544/1999, che prevede la possibilità di certificare i corrispettivi a mezzo ricevuta fiscale oppure scontrino fiscale manuale o prestampati a tagli fissi, con le opportune integrazioni, essendo in tal modo esonerati dalla certificazione mediante titoli di accesso rilasciati mediante il misuratore fiscale. Si rammenta, inoltre, che ai sensi dell'art. 8 del D.P.R. n.544 del 1999 anche a quei soggetti che iniziano l'attività nell'anno in corso e presumono di non superare nell'anno stesso un volume d'affari di € 25.822,84 (intrattenimento) o € 50.000,00 (spettacolo) si applica l'esonero suddetto a condizione che il volume d'affari presunto sia indicato nella dichiarazione di inizio attività da presentarsi ai sensi dell'art.35 del D.P.R. n.633/1972.

Per tali soggetti non sussiste l'obbligo di comunicare alla S.I.A.E. i dati sui corrispettivi non certificati con titoli di accesso mediante misuratore fiscale. Sarà lo stesso ufficio accertatore a provvedere al reperimento dei dati.

Con la risoluzione n.27/E del 1 marzo 2004 l'Agenzia delle Entrate ha confermato che il volume d'affari è riferito al solo ammontare delle operazioni di intrattenimento o spettacolo sottolineando che tale principio si applica a condizione che l'esercente abbia annotato i ricavi dell'intrattenimento in modo distinto da quelli di altro genere.

DECRETI E LEGGI

di Giordano Filicori

CREMONA, I BUCHI DELLA LEGGE REGIONALE 24.12.2003 N. 30

Con la diffusione dei disco-bar, il confine tra attività di somministrazione e attività di intrattenimento è divenuto inevitabilmente sempre più labile. Sono solo due le condizioni che devono ricorrere affinché si possa configurare l'esistenza di una attività di discoteca.

Tutto è cominciato con l'esposto dell'11 luglio scorso indirizzato alle Autorità del Comune di Cremona sull'attività di intrattenimento svolta in un locale denominato "Dogana" e situato nella zona del porto fluviale di Cremona.

Il locale faceva parte di una zona da riqualificare secondo un piano dell'Amministrazione provinciale e pertanto il pubblico esercizio è stato autorizzato dal Comune di Cremona alla somministrazione di alimenti e bevande oltre che all'installazione di apparecchi radio televisivi e di impianti in genere per la diffusione sonora e di immagini.

Dopo l'esposto abbiamo appreso quanto sopra dalle risposte che la Provincia, in data 30.07.07, e il Comune, in data 31.07.07, ci hanno inviato per conoscenza unitamente a tutte le autorità richiamate nella denuncia.

Il documento della Provincia istruisce sull'iter perseguito che si dichiara finalizzato alla riqualificazione di un'ampia area situata in zona porto, senza entrare nel merito della risposta richiesta.

Il documento inviato dalla dirigente del Settore legislazione commerciale e pubblici spettacoli del Comune di Cremona pone invece in rilievo una questione per la quale Asso-Intrattenimento ha deciso un duplice intervento: il primo nei confronti della Regione Lombardia finalizzato ad ampliare le condizioni per configurare l'esistenza di un'attività di pubblico spettacolo, il secondo finalizzato a sottoporre quesito al Ministero dell'Interno in merito alle difformità contenute nelle leggi regionali sui p.e. fin qui emanate.

Cito per maggiore chiarezza alcuni passi contenuti nella lettera: "Prova ne sia che la legge regionale 24.12.2003 all'articolo 9 stabilisce che l'autorizzazione di pubblico esercizio abilita anche all'installazione e all'uso di apparecchi radiotelevisivi ed impianti in genere per la diffusione sonora e di immagini, eliminando quindi la necessità dello specifico titolo autorizzativo, che era prima necessario. Con la diffusione di queste nuove forme di servizio, il confine tra attività di somministrazione e attività di intrattenimento è divenuto inevitabilmente sempre più labile, creando non poche difficoltà di individuazione del regime giuridico corretto da applicare alle diverse fattispecie".

Quanto affermato dalla dirigente fa pensare che nella regione Lombarda qualsiasi gestore di qualsivoglia pubblico esercizio possa installare strumentazione per la diffusione sonora e visiva; di qui insorgerebbe naturalmente un certo disagio nell'individuazione del regime di appartenenza giuridica da applicare ai nuovi locali, per l'individuazione del quale sulla risposta si legge: "Al riguardo, soccorre la stessa legge regionale 30/03 che all'articolo 4,c. 1. lettera a, fissa il seguente criterio generale: l'attività di intrattenimento si intende prevalente, nei casi in cui la superficie utilizzata per lo svolgimento è pari almeno ai tre quarti della superficie complessiva a disposizione, esclusi i magazzini, i depositi, gli uffici e i servizi e la somministrazione di alimenti e bevande è effettuata esclusivamente nei confronti di chi usufruisce a pagamento dell'attività di intrattenimento. Non costituisce attività di intrattenimento la semplice musica di accompagnamento e compagnia. Da quanto sopra, si deve quindi concludere che due sono le condizioni che devono ricorrere affinché si possa configurare l'esistenza di una discoteca: 1. che all'attività di intrattenimento siano destinati almeno i $\frac{3}{4}$ della superficie del locale; 2. che l'accesso alle consumazioni avvenga dietro il pagamento di un biglietto di ingresso. In mancanza di tali presupposti, il locale dovrebbe quindi essere classificato come pubblico esercizio."



Non costituendo quindi attività di intrattenimento la semplice musica di accompagnamento e di compagnia appare evidente che attrezzando solo i $\frac{2}{3}$ della superficie del locale e senza il pagamento di un titolo di ingresso qualsiasi pubblico esercizio di qualunque dimensione può svolgere un'attività di intrattenimento nel proprio locale.

Asso-Intrattenimento contesta questa interpretazione perché i due parametri indicati dal legislatore lombardo non possono determinare il riconoscimento delle attività. Manca, a nostro parere, l'inserimento di un terzo parametro, quello del limite delle cento persone, numero oltre il quale è necessario dotarsi di certificato di prevenzione incendi e, in conseguenza di ciò, superare il relativo esame pratica da parte delle commissioni comunali di vigilanza.

Mi sembra che il legislatore in genere non consideri il fatto che qualsiasi attività di intrattenimento ha lo scopo di intrattenere i clienti e di prolungarne la sosta all'interno del pubblico esercizio. Ciò a nostro avviso è sufficiente per richiamare l'attenzione su quanto è contenuto nel DPR 19.08.1996 dove, all'art. 1 lettera e, sono descritti i locali di intrattenimento generico. Di questo aspetto tiene invece conto la legge emanata dalla regione Emilia Romagna che, fissando il limite delle cento persone, permette un riconoscimento più agevole in sede di istruttoria.



DECRETI E LEGGI

di G. F. _____

L'ONDA PROIBIZIONISTA DELLA REGIONE VENETO

Approvata dalla Regione Veneto la Legge che impone il coprifuoco dall'una alla sei per la vendita e la somministrazione delle bevande alcoliche e superalcoliche

La legge approvata dalla regione Veneto, oltre a prevedere il divieto della somministrazione di alcolici e superalcolici dalle ore 1 alle ore 6 (art. 6, comma 1), fissa gli orari di apertura massima dei pubblici esercizi dalle ore 5 alle ore 2 e quelli dei locali da ballo e notturni dalle 15 alle 3 con apertura non oltre le 22 (art. 18 e 19).

I consiglieri regionali eletti nel Veneto, approvando l'articolo con 44 voti favorevoli e 2 astenuti su un quorum di 60 voti, hanno voluto scaricare la responsabilità dell'aumentato consumo degli alcolici su tutte le imprese operanti nel settore del divertimento notturno che, invece, potrebbero rappresentare la base dalla quale avviare i presupposti per moderare il comportamento del popolo della notte.

L'unico vero rischio di insuccesso della nuova normativa è rappresentato dalla possibile migrazione dei veneti nei locali delle regioni confinanti che, per questo, saranno sollecitate a uniformarsi provocando così un effetto domino su tutto il territorio nazionale finalizzato a imporre alle imprese, ai lavoratori e frequentatori della notte il coprifuoco. Il nuovo modello di divertimento che i legislatori del Veneto vorrebbero imporre attraverso questo neoproibizionismo, orientato a ridurre il numero degli incidenti stradali, dovrebbe convincere il popolo della notte ad entrare nei locali prima delle ore 22, a cessare il consumo degli alcolici entro l'una, a sostare prima del rientro una o due ore a seconda del tipo di locale e, infine, a chiudere la serata senza recarsi altrove.

Tale obiettivo è esplicitato nelle seguenti motivazioni portate dal legislatore in premessa: "Altra novità importante è la fissazione dell'orario di chiusura delle discoteche, delle sale da ballo, dei circoli privati gestiti in forma imprenditoriale e comunque dei locali simili alle ore 3 antimeridiane, con apertura non oltre le ore 22, salva la possibilità per il Comune di prorogarne la chiusura alle ore 4. L'obiettivo è quello di colpire la 'cultura della trasgressione e dello sballo' presente sempre più tra i giovani e che sfocia, tra le altre cose, nelle cosiddette stragi del sabato sera. In questo quadro si inseriscono anche le limitazioni alla vendita e al consumo di bevande alcoliche e superalcoliche dalle ore 1 alle ore 6 antimeridiane per tutti gli esercizi commerciali, artigianali e di somministrazione alimenti e bevande, sia su aree private che su aree pubbliche".

Quanto sopra fedelmente riportato dimostra come in questi vent'anni le discoteche da uniche responsabili del fenomeno siano ora in compagnia con tutti gli altri soggetti che partecipano al mercato del divertimento.

Ritengo in ogni caso questa norma un attentato alla libertà dell'individuo in genere e in particolare avverto nell'imposizione neoproibizionista un'onda che non può dare risultati positivi.

Forse vent'anni fa, quando nelle discoteche si affollava il 67% delle persone che uscivano di casa, un'imposizione di questo genere avrebbe potuto sortire qualche risultato, non oggi però. Infatti dallo studio dei comportamenti e dei consumi in molte città italiane si è evidenziato un calo medio del 30-40% dei consumi di alcolici nei locali.

Risulta quindi evidente che, a fronte del calo di consumo di alcolici dichiarato dalle imprese e dell'aumentato invece proclamato dalle istituzioni, il modello seguito da un'alta percentuale di frequentatori sia quello del consumo di strada e di piazza.

Con queste pregiudiziali ritengo dunque questi divieti incapaci di determinare il cambio delle abitudini, anzi, credo si prefigurino la possibilità di assistere allo svuotamento dei locali a favore della strada, delle piazze, dei giardini e delle feste private.

FIRENZE. L'ORDINANZA CHE FA DISCUTERE

Stop ai locali fracassoni. Per tutelare le ore di riposo dei residenti il sindaco impone la chiusura alle due a tutti i locali situati nelle vie de' Benci e Verdi.

Dopo Bologna e Roma anche Firenze ha dovuto fare i conti con la rumorosità provocata dai clienti che affollano le vie de' Benci e Verdi.

Come Veltroni nel caso di Campo dei Fiori e Cofferati per via del Pratello e zona Universitaria, anche il Sindaco Dominici è dovuto intervenire con un provvedimento che colpisce tutte le attività notturne operanti con il pubblico.

Mentre per Roma e Bologna le amministrazioni sono intervenute sulle attività con un provvedimento che, tenendo conto delle diverse categorie di appartenenza, cercava di limitare il consumo in strada imponendo la cessazione della vendita per asporto degli alcolici alle ore 21, il divieto di uscita dai locali di tutti i contenitori di vetro e l'obbligo del consumo all'esterno dei locali negli spazi denominati dehors, quella del capoluogo fiorentino si è concentrata sull'orario di chiusura delle attività: pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande, circoli e laboratori artigianali all'una i locali da ballo alle due.

Se da un lato, il provvedimento, nel fissare un ridotto orario di apertura, cercava di aiutare il riposo dei residenti di quelle vie, dall'altro ha arrecato un grave danno a tutte le imprese esistenti nelle due strade.

Pur riconoscendo nella finalità dichiarata una giustificazione plausibile, ritengo che in questo caso si potesse intervenire prima e diversamente, specialmente nei confronti dei locali di intrattenimento danzante che hanno, ricordiamolo, una destinazione d'uso diversa dalle attività coinvolte nella vicenda: l'insediamento degli stessi è preventivamente consentito dall'amministrazione comunale.

Discorso diverso vale per gli altri locali.

La concentrazione di attività simili tra loro se da un lato aumenta l'opportunità di scelta da parte delle persone, dall'altro presenta il fenomeno dell'affollamento.

E' evidente che uno dei limiti sta proprio nella libertà di insediamento dei laboratori artigianali, dei negozi di alimentari e dei circoli privati che, probabilmente, negli ultimi anni hanno aumentato a dismisura l'offerta della zona.

Altro aspetto del problema il fenomeno in aumento del consumo in strada.

In questo caso poi, l'ordinanza non prevede interventi sulla persona che emette schiamazzi, anzi ne addebita la responsabilità ai soli gestori, come si è visto nelle altre città; provvedimenti a tampone come questo non risolvono il problema, piuttosto fanno sì che la gente si trasferisca altrove.

Art. 6 - Limitazioni alla vendita e alla somministrazione di bevande alcoliche e superalcoliche

Salvo quanto dispongono gli articoli 689 e 691 del codice penale e l'articolo 14 della legge 30 marzo 2001, n. 125 "Legge quadro in materia di alcol e di problemi correlati", in tutti gli esercizi commerciali, artigianali, di somministrazione alimenti e bevande, ivi compresi i circoli privati, gli agriturismo e qualunque altro esercizio nel quale si effettuano la vendita ed il consumo sul posto di bevande alcoliche e superalcoliche, nonché sulle aree private aperte al pubblico e sulle superfici di cui all'articolo 3, comma 1, lettera e), sono vietati la vendita, anche per asporto ed il consumo di bevande alcoliche e superalcoliche dalle ore 1 alle ore 6 antimeridiane.

Sede: Via Tosarelli 360 - 40050 Villanova di Castenaso (BO) - Tel. 051 781607 - Fax 051 780455

REGIONE

PROVINCIA

ADESIONE ALL'ASSOCIAZIONE

Il / La sottoscritto/a:

Cognome Nome
Luogo di Nascita Data di Nascita
Residente a in Via
Tel. Cell. Codice Fiscale

TITOLARE

LEGALE RAPPRESENTANTE

del seguente soggetto fiscale

Denominazione Società/Ditta individuale

SEDE LEGALE

Città Indirizzo
Tel. fax. e-mail
Codice fiscale P. Iva

Dati relativi al locale

Denominazione Locale

SEDE OPERATIVA

Città Indirizzo
Tel. fax. e-mail

TIPOLOGIA / APERTURA

DISCOTECA NIGHT CLUB / LOCALE NOTTURNO LOCALE CON ORCHESTRA
 STAGIONALE ESTIVO STAGIONALE INVERNALE PERMANENTE

CAPIENZA OMOLOGATA CPV / CCV

Area INTERNA Area ESTERNA Area TOTALE

SIAE di Titolare MANDATARIO.

Indirizzo Tel. fax.

E-mail

È SOCIO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA IMPRENDITORI ASSO-INTRATTENIMENTO, ADERENTE A FEDERTURISMO-CONFINDUSTRIA
La presente dichiarazione è valida anche ai fini dell'accordo con S.C.F.

Per accettazione delle clausole retroindicate, nessuna esclusa.

CONDIZIONI GENERALI DERIVANTI DALL'ADESIONE ALLA ASSO-INTRATTENIMENTO

1. L'iscrizione alle modalità e condizioni contenute nel presente certificato sottoscritto dall'imprenditore, che assume la qualità di Socio, è illimitata, viene rinnovata di anno in anno mediante il pagamento della quota d'iscrizione all'associazione pari a € 100,00 (euro cento/00) da effettuarsi con il saldo della prima reversale sui diritti del mese di gennaio per i locali con attività continuativa, nel mese del primo pagamento per quelli con attività stagionale.

La qualifica di Socio si perde per cessazione definitiva dell'attività, per decadenza, per espulsione o recesso.

Il recesso deve essere notificato, mediante lettera raccomandata A.R. alla PRESIDENZA ASSO-INTRATTENIMENTO - SEDE, via Tosarelli, 360 - 40050 Villanova di Castenaso (BO) ed all'UFFICIO della SIAE di riferimento del Socio, almeno tre mesi dalla fine dell'anno di validità.

La decadenza da Socio viene dichiarata dagli organi dirigenti della ASSO-INTRATTENIMENTO nei casi previsti dallo Statuto, che il Socio dichiara di conoscere ed accettare integralmente. Per ottenere una nuova iscrizione occorre farne domanda direttamente alla ASSO-INTRATTENIMENTO.

2. Il Socio con esercizio, la cui attività ha i requisiti previsti dagli accordi SIAE - ASSO-INTRATTENIMENTO, per le sale da ballo - discoteche - locali notturni, acquisisce dalla data di ricezione e validazione della presente scheda di adesione all'associazione da parte della SIAE i diritti sottoelencati.

- I. LA RIDUZIONE SUI COMPENSI dovuti per diritto d'autore (d.e.m.) alle condizioni stabilite dal vigente accordo SIAE - ASSO-INTRATTENIMENTO.
- II. LO SCONTO SUI DIRITTI CONNESSI (S.C.F.) riservato agli associati alla ASSO-INTRATTENIMENTO.
- III. L'ESONERO dal versamento di adeguato deposito cauzionale in contanti, in quanto la ASSO-INTRATTENIMENTO si è costituita fidejussore nei confronti della SIAE fino ad un importo massimo di € 15.493,71 (euro quindicimilaquattrocentonovantatre/71) per locale associato.
- IV. LA CONSULENZA LEGALE GRATUITA presso il sito www.asso-intrattenimento.it
- V. LA CONSULENZA FISCALE GRATUITA presso il sito www.asso-intrattenimento.it
- VI. L'ACCESSO ALLE CONVENZIONI BANCARIE agevolate con istituti di credito.
- VII. L'ACCESSO A RAPPORTI CONVENZIONATI in materia di inquinamento acustico.
- VIII. L'ACCESSO A RAPPORTI CONVENZIONATI in materia tributaria, finanziaria e fiscale.
- IX. LE AGEVOLAZIONI E LE CONVENZIONI VARIE per il tramite delle associazioni territoriali di Confindustria.
- X. LA SPEDIZIONE GRATUITA della rivista "Happy Hours".
- XI. L'INSERIMENTO DI INFORMAZIONI SUL LOCALE del socio sulla rivista "Happy Hours"

3. Il presente certificato è operante dopo la sottoscrizione e l'avvenuta segnalazione da parte di ASSO-INTRATTENIMENTO alla SIAE e alla SUA SEDE PERIFERICA COMPETENTE per territorio, mediante l'invio di una copia del presente certificato. La sua validità annuale sarà formalizzata con il pagamento della quota d'iscrizione pari a € 100,00 (euro cento/00) da effettuarsi con il saldo della prima reversale come al punto 1.

4. Eccezione fatta per il caso di cessazione definitiva di attività, con la sottoscrizione del presente certificato il socio si impegna a versare, alla ASSO-INTRATTENIMENTO, la quota associativa, per tutto il periodo del rapporto associativo stabilite al punto 1, determinata per ogni trattenimento nella misura di:

fino a 200 posti	€ 3,50;	da 201 a 300	€ 4,50;	da 301 a 401	€ 6,00;
da 401 a 500	€ 7,00;	da 501 a 600	€ 8,00;	da 601 a 800	€ 9,00;
da 801 a 1.000	€ 10,00;	oltre 1.000 posti	€ 11,00;	per ogni trattenimento.	

Ulteriore quota di € 1,50 a trattenimento per i night clubs / locali notturni. Le quote anzidette sono incassate, tramite l'Ufficio della SIAE, contestualmente al pagamento dei compensi per diritto d'autore riscossi dallo stesso Ufficio della SIAE.

5. Il mancato versamento della quota associativa costituisce arbitrario recesso e comporta l'automatica decadenza contestuale dei benefici di cui al certificato, salvo quanto previsto dall'Art. 3 della Convenzione e dal precedente punto 4. La re-iscrizione alla ASSO-INTRATTENIMENTO deve essere comunicata all'Ufficio della SIAE, con lettera della Presidenza della ASSO-INTRATTENIMENTO, inviata per conoscenza alla Sede SIAE competente per territorio, e non è valida a sanare il periodo di interruzione. L'esercente dovrà sottoscrivere nuovo certificato.

6. La qualifica di Socio cessa automaticamente nel momento in cui viene attivata da parte della SIAE la garanzia fidejussoria ASSO-INTRATTENIMENTO.

7. La qualifica di Socio si riacquista dopo che:

- il fidejussore ASSO-INTRATTENIMENTO ha ottenuto dal Socio inadempiente il rimborso di tutto ciò che detto fidejussore ha pagato alla SIAE.
- l'ufficio periferico SIAE, la Sede regionale SIAE e, per conoscenza, la Direzione Generale della SIAE "SEZIONE MUSICA" hanno ricevuto formale autorizzazione dall'Ufficio ASSO-INTRATTENIMENTO.

8. Qualora il Socio inadempiente non provveda a rimborsare, entro 15 giorni dalla semplice richiesta, al fidejussore ASSO-INTRATTENIMENTO tutto ciò che detto fidejussore ha pagato alla SIAE, sarà obbligato a pagare al fidejussore una penale del 50% delle somme dovute, oltre al capitale e agli interessi in misura legale.

9. Il consiglio direttivo ASSO-INTRATTENIMENTO si riserva il diritto di recesso entro sei mesi dalla presentazione del presente contratto.

10. Il Socio, con la sottoscrizione delle presenti condizioni generali, dà mandato alla ASSO-INTRATTENIMENTO di comunicare alla SIAE l'interruzione degli eventuali rapporti di convenzione con altre associazioni di categoria e di disdire le stesse qualora previsto per conto del neo socio.

11. Socio sottoscritto dichiara di approvare espressamente tutte le presenti condizioni generali per l'adesione alla asso-intrattenimento, che ha integralmente letto ed accettato.

Il Socio

Il Socio sottoscritto, ai sensi della legge 675 del 1996, acconsente al trattamento ed all'eventuale trasferimento dei dati personali. Rimane fermo che tale consenso è condizionato al rispetto della disposizione della normativa vigente.

Il Socio



FEDERTURISMO
CONFINDUSTRIA



FEDERTURISMO
CONFINDUSTRIA



Via Tosarelli, 360
40050 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. 051 781607 - Fax 051 78045
www.asso-intrattenimento.it