



10
Righe dai libri

leggi, scrivi e condividi le tue 10 righe dai libri
<http://www.10righedailibri.it>



Graham Jones

Il 33° giro

Gloria e resistenza dei negozi di dischi

Traduzione e cura di Andrea Salacone

Questo libro è dedicato a tutti quei negozi che ci hanno provato

Indice

Prefazione **di David Sinclair**

Introduzione

1 Come è iniziata

2 Elvis Costello ha attaccato gli scarpini al chiodo?

3 Vai col riso

4 L'uomo col furgone

5 La famiglia più disfunzionale del pop

6 Proper Music

7 Il viaggio finale

8 Mr Dunlop e la bambola gonfiabile

9 Scontro con Joe Strummer

10 Che suono ha il pane?

11 Coppole e centri di massaggio

12 Mattoni dei Beatles e scommesse vincenti

13 Dj Ango and The Loneliest Monk

14 Van Morrison continua a infastidire lo staff dei negozi di dischi

15 La nuova vita dei negozi di dischi

Appendice **di Andrea Salacone**

Ringraziamenti

Prefazione

Nel romanzo *Alta fedeltà*, Nick Hornby in un'istantanea appassionata cattura con grande cura del particolare il negozio di dischi locale. "Il negozio puzza di fumo rancido, di umido, e di copertine plastificate, ed è stretto e squallido e sporco e stipato... questo è l'aspetto che deve avere un negozio di dischi, e solo i fan di Phil Collins amano i negozi dall'aria pulita e salubre come in un quartiere residenziale in periferia".

Nel libro di Hornby il negozio è gestito da un gruppo di tipi stravaganti uniti dall'amore ossessivo per la musica registrata su un supporto fonografico, che con zelo quasi religioso propinano ai clienti. Il proprietario traccia un profilo della propria vita tramite una sequenza interminabile di elenchi legati alla musica: dai dischi preferiti (singoli) ai cinque più ambiti posti di lavoro.

Uno dei fondatori della Proper Music Distribution, Graham Jones ha passato la maggior parte della vita a svolgere il lavoro che aveva sempre sognato, o attività affini. Le vicende che ci riporta, vivaci, divertenti, bizzarre, talvolta tristi, vissute in prima persona nel settore della distribuzione di dischi nel circuito indipendente, non hanno nulla da invidiare alle storie inventate che si producono nell'ambito della narrativa.

Anche Graham ci fornisce delle liste. In *Last Shop Standing* l'autore ha raccolto una quantità enorme di racconti straordinari che riguardano i migliori negozi con cui ha intrattenuto rapporti commerciali nel corso degli anni, senza tralasciare aneddoti ameni legati alle rivendite peggiori sulla piazza. Lewis smaschera le truffe con cui si manipolano le hit parade, e fa luce sui retroscena dell'industria musicale, sugli imbrogli incredibili delle grandi compagnie discografiche per promuovere regolarmente alcuni dei loro maggiori hit (senza parlare dei flop in classifica).

Colpisce nel segno l'elenco che apre il libro, e che ne costituisce lo spunto essenziale, vale a dire l'appello di alcuni dei 540 negozi di dischi che hanno chiuso i battenti solo negli ultimi quattro anni. Perché quella della vendita dei dischi è una industria in crisi, ridotta alle strette dalla progressiva avanzata dei supermercati in cui si smerciano supporti fonografici, dalla pratica del downloading, sempre più diffusa, e da un mucchio di trend di mercato che si stanno affermando rapidamente. Insomma, il negozio di dischi è diventato una specie in via d'estinzione.

Graham rileva questi problemi, e, da addetto ai lavori, li spiega dettagliatamente, continuando nondimeno a impegnarsi e a credere nella possibilità di un futuro per l'industria che ama. *Last Shop Standing* celebra un'epoca che sta sparendo velocemente, e

allo stesso tempo omaggia nella loro unicità quello spirito solidale e quella naïveté imprenditoriale che permettono a un gran numero di negozi di dischi di tirare avanti con ottimi risultati in un settore così difficile.

Per tutti questi motivi, il libro giunge nel momento più adatto e acquista notevole importanza.

Graham ha messo insieme una raccolta favolosa di aneddoti relativi alle sue visite nelle rivendite di dischi sparse un po' in tutta l'Inghilterra. Il suo *Last Shop Standing* costituisce un particolarissimo spaccato della società e delle realtà legate all'industria discografica, e tra l'altro vi farà sbellicare dal ridere.

David Sinclair

Dicembre 2008

Introduzione

Nel 2009 ho pubblicato il libro *Last Shop Standing (Whatever Happened To Record Shops?)*. Adoro i negozi di dischi, ne vedevo molti chiudere i battenti a un ritmo impressionante, e sembrava che a nessuno gliene fregasse niente. Pensavo che richiamare l'attenzione sul fenomeno potesse spingere la gente a sostenere il suo negozio di dischi di fiducia. Quando mi sono proposto di girare il Regno Unito per effettuare delle interviste nelle cinquanta rivendite secondo me destinate a sopravvivere, temevo che in realtà mi sarei apprestato a scrivere il necrologio della categoria. Tuttavia, intervistati i proprietari di quei negozi, veri e propri personaggi, e convinto che il futuro avrebbe loro riservato grandi cose, mi sono ripromesso di sostenerne la causa. Il 2009 è stato l'anno in cui i negozi di dischi hanno reagito con determinazione alla crisi del settore, un recupero di vitalità dovuto soprattutto al Record Store Day, che ha riaffermato e messo in risalto le qualità di tali realtà. Durante il Record Store Day, per la prima volta dopo tanti anni ho visto gente in fila fuori dai negozi di dischi che non era lì per approfittare di una svendita per cessazione di esercizio. Ho deciso di approntare una nuova edizione di *Last Shop Standing* per far sapere al mondo che esiste un futuro per le rivendite di supporti fonografici, e che ogni appassionato di musica dovrebbe annotarsi nell'agenda il terzo sabato di aprile. Mi raccomando, partecipate alle iniziative organizzate dalla rivendita della vostra zona. Tenete d'occhio il sito Internet www.recordstoreday.com.

Ho chiesto a due dei maggiori sostenitori del Record Store Day, Michael Kurtz, uno dei fondatori del progetto negli Stati Uniti, e Spencer Hickman, responsabile dell'evento nel Regno Unito, di dare il proprio contributo alla versione aggiornata di *Last Shop Standing* per promuovere il Record Store Day. Ho chiesto a Spencer di contestualizzare per il lettore tale iniziativa.

Ecco le sue parole:

Un uomo entra in un negozio di dischi...

No, non è una barzelletta.

Ci va veramente.

Potremmo chiudere un occhio se chi dà ascolto alla stampa musicale e alle chiacchiere sui forum on-line è convinto che quelle modeste attività senza pretese chiamate negozi di dischi abbiano chiuso i battenti da anni. Reliquie del passato a cui si guarda con nostalgia; note a piè di pagina in un romanzo di Nick Hornby.

Beh, mi dispiace ma non me la bevo. Negli ultimi cinque anni hanno chiuso tantissimi negozi, è innegabile, ma ce ne sono ancora molti non solo in attività ma a cui gli affari vanno a gonfie vele, anche in questi tempi di magra.

In tutto il mondo ci sono negozi che a tutt'oggi vendono ancora enormi quantità di musica su supporti fonografici, che contribuiscono a lanciare nuove band e che si accattivano l'affetto tanto dei clienti giovani quanto di quelli attempati.

Chi vende dischi è dunque alla canna del gas? È un luogo comune che mi pare, francamente, una stronzata. Proprio in questo momento, il Rough Trade East è pieno zeppo: ci sono appassionati di vinile che frugano negli espositori, un gruppo di uomini d'affari impegnati in una riunione in tranquillità, ragazzine che fanno baccano nella cabina per fototessere e uno dei nostri clienti abituali che sta comprando un sacco di 45 giri. Ha 14 anni e STA ACQUISTANDO DISCHI. Basta questo a dimostrare quanto siano fuorvianti ed errate le informazioni che circolano sul mercato della musica. Come molti altri coetanei, e come tantissime persone ben più grandi di lui, quel ragazzino frequenta ancora luoghi del genere, ed è ancora disposto a pagare un pezzo di plastica che si porterà da ascoltare a casa; imparerà i testi delle canzoni e lo custodirà con cura.

Dopo anni in cui le case discografiche non hanno fatto il benché minimo sforzo perché il disco venisse considerato un prodotto pregiato, oggi quell'industria è effettivamente allo sbando, e il collasso si direbbe ahimè dietro l'angolo. Trascurare il fenomeno del downloading e non correre ai ripari per arginarlo è stato solo un altro modo di nascondere la testa nella sabbia. E quando ne hanno capito le conseguenze era già troppo tardi.

Fino a poco tempo fa il circuito indipendente si stava sgretolando per la paura di perdere la sua peculiarità e la riluttanza a condividere informazioni essenziali. Negli anni Ottanta, il principio vigente "ognuno coltiva il proprio orto" si era consolidato col boom dell'industria discografica, ma nel duemila un tale modo di vedere le cose è un vero e proprio suicidio commerciale.

I negozi che si sono ripiegati su se stessi hanno chiuso i battenti. Non avevano possibilità di sopravvivere. Quelli ancora in attività hanno invece abbracciato le ultime tecnologie, si stanno evolvendo e sono destinati a restare sulla piazza. Li gestiscono persone che hanno allacciato contatti con la clientela in un modo fino ad oggi impensabile, che amano il proprio lavoro e che soprattutto sono adorate dai clienti per come lo svolgono.

Non venitemi a raccontare della morte dei negozi di dischi, perché dal mio punto di vista mi sembrano in ottima salute, e grazie a eventi come il Record Store Day, il futuro pare riservare sorprese ancora più grandi.

Il Record Store Day ha contribuito enormemente alla ripresa del settore. Per la prima volta in venticinque anni, in ogni parte del pianeta ci sono negozi uniti nell'autocelebrazione, per manifestare quanto sia fantastico portare avanti una simile attività. Negozi che comunicano tra loro, scambiando idee, informazioni, consigli. Che discutono problemi che prima ognuno doveva risolvere per conto proprio.

Il Record Store Day ha catturato l'attenzione della gente e dei proprietari dei negozi, dimostrando che ci sono ancora clienti disponibili a spendere il proprio denaro per "sperimentare" ciò che on-line non si può trovare.

Internet non offre concerti gratis a cui assistere all'interno del negozio, né prodotti esclusivi, né workshop dedicati alla realizzazione di fanzine, né cabine per fototessere in cui fissare momenti indimenticabili; on-line non troverete un ambiente di cui vi piacerebbe far parte, in cui interagiscono persone in carne e ossa. Ciò che invece è possibile in un negozio di dischi.

Chiacchierare faccia a faccia con gente appassionata di musica quanto voi è un'esperienza sempre affascinante. Oggi come vent'anni fa, mi entusiasmo a commentare pregi e difetti delle ultime uscite discografiche. Il cliente è diventato un amico e a noi piace che sia così.

Coordinare il Record Store Day è stato enormemente gratificante e al tempo stesso terribilmente deprimente. All'inizio, l'ostinazione a far capire alle case discografiche la natura e lo scopo dell'iniziativa mi ha fatto sbattere la testa contro un muro. Ne è valsa la pena, perché ora le etichette hanno tutto l'interesse a parteciparvi, e offrono spontaneamente edizioni esclusive da vendere in quella data senza che debba tormentarle con le mie richieste.

Sono immensamente orgoglioso dei risultati ottenuti dal Record Store Day. Adesso le case discografiche e i distributori ci investono energie, e hanno in mente grandi cose per gli anni a venire. È il massimo della gratificazione partecipare al progetto e far sapere a più gente possibile quanto siano speciali e importanti dal punto di vista culturale gli esercizi in cui si vendono dischi.

Perché ho iniziato? Perché ho i negozi di dischi nel sangue. È così che mi guadagno da vivere, e mi piace da matti. Non potevo assistere alla loro scomparsa graduale senza provare a contrastarla anima e corpo.

Da quando ero un quattordicenne brufoloso infatuato di musica dark, che di sabato faceva il garzone al Vinyl Dreams di Birmingham, la colonna sonora della mia vita sono stati i negozi di dischi in cui ho lavorato. Lì ho stretto amicizie durature, lì ho incontrato gente che avrei amato e che avrei odiato. Tra quei muri mi sono sbronzato,

ho preso droga, fatto sesso, vomitato; lì mi hanno riempito di botte e lì ho passato più di una notte. Sono stati l'unica costante della mia vita.

Oltre che per me, i negozi di dischi sono enormemente importanti per i milioni di persone che ci comprano la musica e ci lavorano.

Il sostegno da parte dei clienti, delle etichette discografiche e di alcune celebrità è stato incalcolabile. Ovviamente un giorno all'anno non è sufficiente ad aiutare la nostra attività, ma il solo fatto che ci abbia permesso di ritrovare clienti che non si vedevano più, e che abbia attirato l'attenzione addirittura di bambini di cinque anni, ben contenti di unirsi a una celebrazione del negozio di dischi su scala mondiale, mi sembra entusiasmante e mi fa ben sperare per il futuro.

Spencer Hickman

Rough Trade East

Dray Walk

91 Brick Lane

London E1 6QL

Ricordate qualcuno di questi negozi? Sono tutti i clienti che ho perso da quando ho deciso di scrivere il libro:

101 Records – Croydon

A1 Records – Londra

Abbey Records – Ainsdale

Adagio Records – Harrogate

Ainley's Records – Leicester

Alan Fearnley Records – Middlesbrough

Andy Cash Records – Birmingham (3 sedi)

Andy's Records – (37 sedi)

Apex Home Entertainment – Manchester

APS records – Crewe

Atom Records – Bridgend
Audiosonic – Gloucester
Backbeat – Aberdeen
Backbeat Records – Aberyswyth
Backtrack – Leicester
Badlands – Huddersfield
Bang Records – Brighton
Bassline 182 – Bexhill-on-Sea
Bernard Dean – Scarborough
Big Pink Music – Manchester
Birmingham CD & Tape Exchange – Birmingham
Blast From The Past – Eastbourne
Blaze Records – Cramlington
Blitz Retail – Ikeston
Bradleys Records – Halifax
Bridge Records – Walsall
Brown Sugar Records – Manchester
Buzzard Records – Leyton Buzzard
Castle Records – Darwen
Castle Records – Loughborough
Cardiff Music Shop – Cardiff
Cavern Records – Aberdeen
CD Centre – Keighley
CD Centre – Leeds
CD City – Sutton-on-Trent

CD Heaven – Belfast
CD Heaven – Hitchin
CD Shop – Swindon
CD World – Londra
CD Zone – Halifax
Chalmers & Joy – Dundee
Changes 1 – Whitley Bay
Chart CDs – Loughton
Classical Rock – Harpenden
Classic Music – Bedford
Classic Tracks – Leicester
CMS – Milton Keynes
Compact – Falmouth
Con Brio – Sheffield
Concepts – Durham
Craigavon Music – Craigavon
Crossing Point – Bourne
Dawson's – Abingdon
Deck of Cards – Dartmouth
Disc N Tape – Bristol
Discmonger – Lincoln
Diskit – Sutton-in-Ashfield
Discus Music – Newmarket
Disque – Islington
Dominion Records – Chepstow

Dorset Music House – Sherborne
Dots & Squiggles – Halesowen
Double 4 Records – Stockport
Dragon Disc – Londra
D'vinyl – Watford
Dyscworld – Scarborough
EA Music – (7sedi)
Ears Are Alight – West Kirby
East Coast Music – Bridlington
Easy Listening – Birmingham
Edinburgh Records – Edimburgo
Ellisons – Filey
Emporium – Diss
Epsom Record Centre – Epsom
Essential (4 sedi nel Sud)
Euphonics – Burnham-on-Sea
Fab Music – Crouch End
Fastlane – Sheerness
Fat Tracks – Weston-super-Mare
Fopp Ltd – (20 sedi, anche se 6, rilevate dalla HMV, hanno riaperto)
Fence – St Andrews
Filco – Edgely
Forever Changes – York
Forest Records – Lymington
Freedom Music – High Wycombe

Funhouse – Margate
Gallery Sounds – Bournemouth
Garon Records – Cambridge
Gemini Records – Liverpool
Global Beat – Bradford
Go Ahead – Little Missenden
Goldrush Music – Perth
Goodfellas – Birmingham
Good Music – Uckfield
Good Roots – Manningtree
Good Vibrations Record Shak – Thurso
Greensleeves – North Allerto
Happy Daze – Newport
Hedgehog – Ely
High St Records – Wisbech
Highway 61 – Wolverhampton
Hillsborough Music – Sheffield
Hitma – Newport
Honkytonk Jukebox – Wellingborough
Hot Wax – Edimburgo
House of Jazz – Brough
Hyde Music – Hyde
Imperial Music – Bristol
In Other Words – Plymouth
Inswing Music – Birmingham

Jazz House – Leicester
Jazzbox – Exeter
Jingles – East Grinstead
JJ Records – Birmingham
Just Classics – Maidstone
Just Shetland – Lerwick
Just Music – Newhaven
Kavern Records – Rhyl e Llandudno
Kays – (5 negozi nell'area di Bristol)
Kemble's Records – Leicester
Ken Palk – Stockport
Kenny's Records – Sheffield
Knighton Music – Leicester
Laser Discount – Chelmsford
Leading Edge – Staines
Left Legged Pineapple – Loughborough
Lemon Tree – Poole
Let's Buy Some Music – (2 negozi nella contea di Kent)
Lizard – Norwich
Longplayer – Tunbridge Wells
Lounge Lizard – Keighley
Lucia Bop – Holt
Magic Music – Clacton
Magpie – West Bromwich
Malmesbury Music – Malmesbury

Mandala Music – Falmout
Martin's – Ashby de la Zouch
Mary's Music – Accrington
Max Millward – Wednesfield
MB – Scarborough
Melody's – Clacton
Mere Green Records – Sutton Coldfield
Meresborough – Sittingbourne
MG Music – Leicester
Midas Music – Derby
Mike's Country Room – Aberdeen
Millennium Music – Okehampton
Mischief – Croydon
Missing Records – Glasgow
Mister CD – Londra
Mix Music – Harrogate
Modern Music – Abingdon
Mole Jazz – Londra
Mongo Denoon – Bristol
Montpellier Records – Cheltenham
More Than Music – (6 sedi nell'Inghilterra centrale)
Morlings – Beccles
Morph's Music – Londra
Mrs Yarrington's – Battle
Musicbank – Cheam

Musical Bond – Tewkesbury
Music Box – Grantham
Music Exchange – Alsager
Music Factory – Street
Musicfolk – Falmouth
Music Madness – Dartford
Music Mania – Glasgow
Music Meltdown – Brighton
Music Options – Pembroke
Music Room – Ashford
Music Room – Stornaway
Music Shop – Edimburgo
Music Stop – Bristol
Music Studio – Carrickfergus
Music to My Ears – Port Talbot
Music Zone – (50 sedi)
Music Word – Henley
Musiquarium – Swansea
MVC – (95 sedi)
Newmarket Tapes – Aberdeen
No 9 Music – Ilkley
Noise Annoys – Sheffield
Nova Music – Littlehampton
Oakstone Classics – Worcester
Obsession – Fleetwood

Off Limit – Birmingham
Oldies Music – Edimburgo
Omega – Northwich
Onyx – Bristol
Old Tyme Music – Eastbourne
Orbit – Longeaton
Orpheus – Southsea
Outlaw – Newcastle-under-Lyme
Out of Step – Leeds
Parliament Records – Hertford
Parrot Records – Cambridge
Past & Present Records – Watford
Paul for Music – Londra
Phase 1 – Wrexham
Pink Panther Records – Carlisle
Pink Pig – Earlstown
Planet of Sound – Ayr
Plastic Factory – Walsall
Playback – Middlesbrough
Play In – Swinton
Popscene – Portsmouth
PR Sounds – Devizes
Pulse – Horley
Quantum – Liverpool
Quarterdeck – Newquay

Quirks Records – Ormskirk
R & K Records – Newark
Range Records – Brownhills
Rayners – Bristol
Real Music – Glasgow
Reckless Records – Londra
Record Centre – Dorchester
Record House – (3 negozi nei dintorni di Bucks)
Record Rendezvous – Inverness
Record Savings – Banbury
Records Select – Wadebridge
Record Shop – Hastings
Record Store – Wisbech
Record Village – Scunthorpe
Redbridge Records – Canvey Island
Red House Music – Aberdare
Red Planet – Tavistock
Reel to Reel – Arbroath
Regal Music – Londra
Re-employ – Coventry
Re-Pete – Hynthe
Replay – (3 sedi nei dintorni di Bristol)
Retroblue – Aberdeen
Return to Forever – Totnes
Reveal Records – Derby

Revo Records – Halifax
Revolution – Norwich
Revolutionary – Worthing
Revolver Records – Bristol
Rex Records – Ipswich
Reynolds Records – Ilkeston
Richard's Records – Ashton
Rhythm Records – Camden
Rhythm and Rhyme – Launceston
Rhythmic – Wallsend
Rival – Bristol
RMD – Coleford
Roccola – Pontefract
Round Sounds – Burgess Hill
RP Music – Thatcham
Salvation Sounds – Glasgow
Scorpion – High Wycombe
See Dee Jon's – Jersey
Sho 'Nuff – Bangor
Skandalous – Coalville
Sound & Vision – Barnstaple
Soundlee – Hayle
Sound Machine – Reading
Sounds Plus – Burton
Spin-A-Disc – (2 negozi a Northampton)

Stamford Music Shop – Stamford
Station Street Jazz – Bromley
Stephen Siger Music – Londra
Stereo 1 – Paisley
Sullivans – Swansea
Sundown – Walsall
Swales – Pembroke
The Bronx – Sheffield
The Music Quarter – Gainsborough
The Ska Shak – Ramsgate
The Stop – Peterborough
Top Sounds – Bishop Auckland
Track – Chesham
Track Records – Doncaster
Track Records – York
Tracks – Hertford
Trax – Christchurch
Trumps – Ilford
Tudor Tunes – Lichfield
Upfront – Barnstaple
Warrior CDs – Crystal Palace
What Records – Nuneaton
What's Going On – Birmingham

Negozi che non sono riusciti a sopravvivere, nonostante tante persone si siano sbattute perché le cose andassero in maniera diversa.

Utilizziamo il nome dell'ultimo dell'elenco per tirare le somme della faccenda: COSA STA SUCCEDENDO?

Capitolo 1

Com'è iniziata

Che ci faccio qui? Ero tutto preso da questa domanda mentre un'altra nuvola di additivo in polvere al gusto di formaggio e cipolla mi riempiva i polmoni. Ero partito puntando in alto, sicuro di diventare un portiere professionista. Dopo un paio di stagioni nel Tranmere Rovers, sarei entrato nel Liverpool Football Club, e ovviamente il passo successivo sarebbe stata la convocazione nella nazionale inglese. Da studente avevo sempre giocato a livello regionale, e tutti dicevano che in campo ero una forza. Purtroppo il Tranmere non fu della stessa opinione: dopo aver giocato per un po' nella squadra giovanile non venni riconfermato, ed ebbi la netta sensazione che il sogno fosse finito e che mi sarebbe toccato cercare un vero lavoro.

Ecco come mi ritrovai impiegato nella Unilever, addetto alla preparazione dell'aromatizzante al gusto di formaggio e cipolla per le patatine fritte. Un'attività noiosa e monotona, con turni di otto ore, alla fine dei quali ero ricoperto da capo a piedi di quella polverina finissima al sapore di formaggio e cipolla che si insinuava in ogni interstizio del mio corpo. Il peggio era che per quanto ricorressi a docce, strigliate energiche e dosi abbondanti di acqua di colonia, non riuscivo mai a liberarmi di quel tanfo. Non è che la cosa giovasse alla mia autostima. Magari in un pub o in un locale poteva capitarmi di agganciare una ragazza, e puntualmente qualcuno se ne usciva con la frase, "Ma la sentite questa puzza di formaggio e cipolla?", al che mi dileguavo nel bagno degli uomini a rilavarmi le ascelle e a rimettermi il deodorante che mi portavo sempre dietro nella tasca dei pantaloni. Diverse fanciulle hanno pensato che fossi particolarmente felice di vederle, prima di scoprire che ciò che mi sporgeva dai calzoni era lo stick del deodorante...

Riflettendo sulla strategia da mettere in atto per sottrarmi a quella vita da zombi, feci mente locale sulle cose che mi piacevano. Lo sport e la musica rappresentavano le mie due uniche passioni. Non essendo riuscito a sfondare nello sport, avrei dovuto buttarmi nella musica.

Non potevo immaginare che presto due opportunità avrebbero bussato alla mia porta. Una sera, mentre sfogliavo il quotidiano locale gratuito «The Wirral Globe», mi saltò agli occhi un annuncio: "Vendonsi 1.000 singoli utilizzati per un jukebox. 200 sterline". Mi fiondai al telefono: era la mia chance di diventare un nuovo Richard Branson [fondatore della Virgin, N.d.T.] e di mettere in piedi una mia propria impresa. Contattai il venditore, che mi disse che tra i singoli c'erano dischi di Beatles, Rolling

Stones, Doors e gruppi del genere. Sembrava un vero affare, così restammo d'accordo che mi avrebbe richiamato a casa la sera successiva.

Passai il giorno seguente a fantasticare sull'ubicazione del mio primo negozio, e soprattutto a pensare a come chiedere un prestito a mia madre (trattativa che andava intavolata con infinita cautela). Per avviare un'attività ci voleva un investimento iniziale, e il mio caso non faceva eccezione. A patto che gliel restituissero, di tanto in tanto mia madre mi allungava 10 sterline; ne possedevo già 120, troppo poche, e sperai che non avrebbe fatto troppe storie per prestarmene 80. (Ero consapevole che se lei avesse rifiutato, il mio fornitore sarebbe venuto a vuoto. Superai la perplessità pensando che magari il tipo avrebbe ceduto tutto lo stock accontentandosi delle 120 sterline, o al limite che gli avrei comprato dischi per quel valore.)

Come al solito, mia madre non mi deluse, anche perché vide il mio entusiasmo davanti a quell'opportunità. Anche lei sembrava avere fiducia nell'impresa, così le feci la seguente proposta: invece di riavere le 80 sterline, sarebbe entrata in possesso di una quota di azioni della nuova attività, ancora senza nome, pari a una somma equivalente. Capii però che la prospettiva non la esaltava più di tanto quando mi disse, "Facciamo così: ridammi i soldi quando ce li hai".

Avevo i nervi a fior di pelle quel pomeriggio. Sarò andato in bagno quattro o cinque volte. Presto udii una bussata fragorosa. Aprii la porta. "Mi dispiace di aver bussato così forte, ma mi sono attaccato al campanello senza che nessuno venisse a rispondere. Mi sa che è rotto".

Risposi, "No, è solo che la batteria è scarica". Quando si avvia un'attività, bisogna badare al centesimo; il campanello con la batteria scarica era uno dei sacrifici necessari a cui mi preparavo.

Il venditore era arrivato in un grosso furgone bianco. Mi chiese di aiutarlo a portare in casa i singoli. Li aveva stipati in due voluminose casse per conservare il tè che pesavano una tonnellata. Le poggiammo a terra e mi misi a rovistare. Ero eccitatissimo, come un bambino che apre i regali il giorno di Natale. Gli artisti nominati c'erano tutti.

"Ragazzi, per vendere tutti questi singoli a 200 sterline deve essere proprio un tordo", ragionai. A quell'età ignoravo ancora una delle prime regole relative a come affrontare una trattativa: mai lasciar trapelare le proprie emozioni. Accortosi che me la stavo quasi facendo sotto dalla contentezza, quello era sicuro che avrei acquistato tutto in blocco. Provai a fare il furbo offrendo 180 sterline. "Sai che ti dico, dammene 190 e ti lascio pure le casse", ribatté lui.

“Affare fatto”, affermai concludendo così la mia prima poco riuscita transazione commerciale.

Fiero, riflettevo, “Non solo ho comprato tutti questi dischi, ma se dovessi darmi al commercio all’ingrosso di te partirei già avvantaggiato”.

Lo accompagnai rapidamente alla porta. Non vedevo l’ora di scoprire quali altre delizie contenessero le casse. Mentre se ne andava mi scusai per non avergli neanche chiesto il nome. “Non c’è problema”, rispose, apparentemente soddisfatto, “mi chiamo Con”. A quel punto avrei dovuto subodorare un inganno [*con* significa anche ‘raggiro, imbroglio’, N.d.T.], perché quel tipo si rivelò un “Con” di nome e di fatto. Tirai fuori dalle casse i singoli disponendoli con cura in pile da cinquanta. Capii presto che c’erano diversi doppioni, e che per la maggior parte si trattava di moltissime copie dello stesso titolo.

Alla fine della verifica era palese che di certo non avevo fatto l’affare del secolo. Valutai il danno: 37 copie di un 45 giri dei Rubettes. Non si trattava però di *Sugar Baby Love*, il loro singolo piazzatosi in cima alle classifiche, ma del successivo, atroce, *Juke Box Jive*, fiasco totale arrivato solo al 99esimo posto della hit-parade. La delusione divenne ancora più cocente davanti a 25 copie di un disco di Suzi Quatro che non conoscevo. Mi meravigliai, convinto com’ero che tutti i suoi 45 giri avessero riscosso grande successo. Poi mi accorsi che gran parte dei dischi sul fondo della cassa era graffiata.

Per salvare il salvabile, il sabato seguente mi recai al mercato di Ellesmere Port, con 1.200 dischi nel portabagagli, e il cofano della macchina puntato verso l’alto. All’inizio speravo semplicemente di guadagnare il denaro necessario a riparare le sospensioni dell’auto (ne avrei avuto di sicuro bisogno), e mi ripromettevo di incontrare il maggior numero possibile di fan dei Rubettes.

Il mio amico Phil Burke mi accompagnò per aiutarmi nella vendita. Speravo che con la sua parlantina sciolta avrebbe indotto i frequentatori di Ellesmere Port ad acquistare la mia scorta di dischi.

Oltre i 1.000 singoli comprati da Con, me ne ero procurati altri 200 provenienti da un tentativo di suicidio fallito. Ora vi spiego.

Prima dell’impiego presso l’industria di alimenti, ero stato dipendente dell’impresa Bromborough Paints and Building Supplies. Un lavoro senza prospettive: aiutavo autisti nella consegna di materiali edili. I clienti chiamavano il nostro ufficio per ordinare mattoni, sabbia, cemento e altri materiali necessari per realizzare costruzioni. Noi li caricavamo su un camion e li portavamo a casa del cliente. In base alle norme sulla salute e sulla sicurezza, se un carico superava un certo peso l’autista aveva diritto a un assistente

che lo aiutasse nelle operazioni di scarico. Un giorno accompagnai un autista di nome Starkey che doveva consegnare del cemento a un cliente di Bebington. Terminata l'operazione, Starkey mi disse che doveva fare una capatina dalla sua ragazza, ma non ci avrebbe messo tanto. Rimase nell'abitazione un sacco di tempo, e cominciai a domandarmi cosa avrebbe detto il capo al nostro ritorno, visto che per quello che doveva essere un lavoretto di un'ora ne avevamo già fatte passare più di due.

Stavo per attaccarmi al clacson quando finalmente riapparve Starkey. Trasportava uno scatolone piangendo come un disperato. Domandai, "Che succede?". "Mi ha mollato", rispose singhiozzando. "Tieni, questi prendili tu", e mi passò una scatola con dentro più o meno 200 singoli. "Mi farebbero pensare a lei e non potrei sopportarlo, quindi ti prego portateli via. Ogni disco me la ricorda".

Diedi un'occhiata a qualche titolo: *My Ding-A-Ling*, *Two Little Boys*, *Ernie (The Fastest Milkman In The West)*. Mi sforzai di capire come quei titoli potessero evocare una ragazza che si amava. Anche se non era ancora in grado di guidare, Starkey mise in moto e partimmo con lui che singhiozzava al volante. Presto la conversazione si orientò sull'argomento "suicidio". Mi disse che per lui non valeva più la pena di vivere senza di lei. Risposi, "Non ti preoccupare, morto un papa se ne fa un altro". Nonostante i tentativi disperati di fargli sentire tutta la mia partecipazione emotiva alla faccenda, fu come parlare al muro: Starkey affermò che non gli interessavano i papi.

Cercai di trattenere le risa, finchè, tra i singhiozzi, Starkey se ne uscì come peggio non avrebbe potuto. "Voglio schiantarmi col camion contro il Rose and Crown", annunciò. Non credevo alle mie orecchie. Pieno di angoscia chiesi il motivo di quella decisione. Rispose avvilito, "Non ne posso più". C'era da preoccuparsi: situato presso un incrocio a T ai piedi di un ripido colle, il Rose and Crown distava meno di due chilometri.

Man mano che ci avvicinavamo alla collina il camion accelerò. Gridai in preda al panico, "Che cavolo stai facendo!! Starkey!". Urlavo senza udire risposta. Sembrava in trance. Disperato, gli strillai, "E a me non ci pensi?". Lo spirito di autoconservazione aveva preso il sopravvento e non mi curavo della gente che si rilassava al Rose and Crown godendosi una pinta di birra durante il pranzo, ignara del camion che stava per irrompere nel locale attraverso il muro.

Aprii la portiera con l'idea di saltare giù, ma ora il veicolo andava davvero troppo forte. "FERMATI!!", gridai. Improvvisamente Starkey frenò di colpo. Troppo tardi. Stridendo, il camion sbandò, e attraversò l'incrocio a T stranamente senza urtare altre vetture. Cozzò contro il marciapiede e si fermò a meno di un metro dal pub.

Mentre il camion sbandava, prima di arrestarsi, mi era caduta di mano la scatola con i dischi; mi ritrovai tra i piedi un mare di 45 giri. Nel frattempo, accasciato sul volante Starkey con la testa tra le mani piangeva come un vitello. Balzai fuori e notai che il camion ostacolava seriamente la circolazione, ostruendo entrambe le corsie della strada.

Alcuni guidatori usciti dalle vetture mi tempestarono di domande su cosa fosse accaduto. Ritenni più opportuno rispondere che ci si erano rotti i freni. Uno notò Starkey abbandonato sul volante, e mi chiese che gli fosse preso. Risposi timidamente, "È ancora sotto shock". Aspettandomi l'arrivo imminente della polizia, saltai nel camion, diedi una scrollata a Starkey e gli dissi che dovevamo uscire da lì all'istante. Se ci fossimo trovati in un film lo avrei schiaffeggiato, ma per come stavano le cose non mi sembrò la scelta più adatta.

Finalmente Starkey si rese conto della situazione. Smise di piangere e provò a spostare il camion. Un'inversione a U era improponibile a causa del traffico, ma alla fine, dopo una serie innumerevole di manovre, riuscimmo a ripartire mentre un automobilista ci urlava dietro, "Ehi! Testa di cazzo, non puoi guidare senza freni!".

Mentre tornavamo al magazzino, Starkey mi pregò di non dire niente della nostra avventura perché era già stato richiamato diverse volte e temeva il licenziamento. Acconsentii, perché ero dispiaciuto per quanto era successo e per come se la passava, se avesse perduto il posto sarei stato davvero in pena per lui.

Poi mi propose di dargli 20 sterline per la collezione di singoli che mi aveva regalato. Fui preso alla sprovvista: innanzitutto, i dischi non valevano tutti quei soldi, e poi non si dovrebbe chiedere denaro per un regalo. Ci accordammo così: gli avrei dato cinque sterline per quei dischi dai generi più disparati. Non ne ascoltai mai nessuno, e rimasero nella scatola per i due anni seguenti. Ora però, finalmente, me ne sarei potuto liberare guadagnandoci qualcosa. Ogni volta che ne vendevo uno ripensavo ridendo alle avventure con Starkey.

Sfortunatamente, il primo giorno al mercato non andò secondo i miei piani. Con Phil Burke ci presentammo nell'ufficio del direttore alle sette e trenta del mattino e chiedemmo uno stand. Quello ci spiegò come funzionavano le cose lì. Il mercato aveva sessanta stand che per lo più venivano prenotati sempre dagli stessi espositori. Tuttavia, ogni settimana c'era qualche "assente": commercianti ammalati, o in vacanza, o che magari non volevano prendersi la briga di abbandonare il letto se fuori diluviava.

Il direttore ci accompagnò in una stanza dietro l'angolo in cui c'erano già altri commercianti in attesa nella speranza dell'assegnazione di uno stand. Alle nove ne scelse due, apparentemente a caso, per rimpiazzare i venditori che non si erano presentati. Da

ultimi arrivati, non avevamo alcuna chance. "Mi dispiace ragazzi, riprovate la prossima settimana", ci disse. Caspita! Tanta fatica per nulla, e tra l'altro ci avevo anche rimesso le 5 sterline date a Phil e la benzina. Come inizio non era un gran che.

Le settimane seguenti andò più o meno allo stesso modo. Io e Phil caricavamo la macchina, raggiungevamo il mercato e aspettavamo un po' prima di sentirci dire, "Spiacente ragazzi, riprovate la prossima settimana".

Non mi ci volle molto per notare che ogni settimana il direttore riservava uno stand a una bionda formosa che vendeva torte fatte in casa. Mi chiesi se il successo della tipa fosse dovuto alle doti naturali o al fatto che frequentasse il mercato da molto più tempo di noi. O se forse a Ellesmere Port scarseggiassero i venditori di torte. Qualunque fosse la ragione, le veniva sempre assegnato uno stand. Scoprii il segreto qualche settimana più tardi, quando vidi una grossa torta sulla scrivania del direttore: lo allettava con crostate di marmellata e crema!

Ero uno che imparava alla svelta, e capii subito che avrei dovuto sfruttare quella tecnica per fare qualche passo avanti negli affari. Lo agganciai con una chiacchierata. Un tipo attempato e cordiale, si chiamava Arnold (ma esistono giovani con questo nome? La gente a cui hanno appioppato nomi del genere sembra tutta sopra la sessantina). Disse che ammirava la costanza con cui ci ripresentavamo di settimana in settimana anche senza mai ottenere uno stand, e mi consigliò di non arrenderci: prima o poi saremmo riusciti ad avere il tanto desiderato spazio nel mercato. Pensai che dovesse piacergli un sacco godere di un tale potere decisionale.

"Ascolti la musica, Arnold?", domandai. "Certo, adoro tutta la musica", rispose. "Beh, in macchina ho un migliaio di dischi. Che ti piacerebbe? Ti regalerò un paio di pezzi".

"Sei gentilissimo. Va bene tutto. Anzi, domani andrò a trovare i miei nipoti, quindi qualcosa di adatto ai loro gusti sarebbe perfetto". Tornai dalla macchina stringendo tra le mani un paio di singoli per Arnold. Ringraziando mi chiese, "Ai giovani piacciono Rubettes e Suzi Quatro?".

"Sì, sono sicuro che li apprezzeranno tantissimo, perché entrambi hanno piazzato un singolo al primo posto delle hit-parade", fu la mia risposta.

Arnold pareva davvero colpito dal mio gesto, e io avevo imparato un'altra regola fondamentale del mondo degli affari: non che per fare progressi rapidamente bisognava dare bustarelle, ma che qualsiasi idiota poteva vendere prodotti che interessavano alla gente, a patto di disporre di merce in sovrabbondanza. E anche se me ne andai dal

mercato senza aver concluso neanche una vendita, ero riuscito a ridurre il mio stock di 45 giri dei Rubettes e di Suzi Quatro.

Non fu l'unica lezione imparata quel giorno nel campo degli affari. Le mie finanze stavano diminuendo velocemente perciò dovevo guardare in faccia la realtà. Non potevo più permettermi di ingaggiare Phil, e dopo averci riflettuto su a lungo presi a malincuore la decisione di non ricorrere più al suo aiuto.

Ogni settimana, dopo aver provato inutilmente a ottenere uno stand al mercato, tornavamo a casa mia. Lì ci concentravamo sulle prossime mosse, e ci riscaldavamo con tè e toast guardando in televisione la serie *Tiswas*. Quella volta, mentre trasmettevano il programma sentivo un nodo nello stomaco. Non riuscivo a concentrarmi su Phantom Flan Flinger, o Spit the Dog e neanche sulla stupenda Sally James, che di solito rapiva completamente la mia attenzione. Come dire al mio miglior amico che non mi serviva più il suo aiuto?

Decisi di addolcire la pillola con 10 sterline di buonuscita, ma Phil prese comunque malissimo la notizia. Forse ero stato un po' insensibile, ma c'è gente che proprio non si rende conto di quanto sia difficile gestire un'impresa in proprio. Vanno previsti dei sacrifici, e in quel caso toccò a Phil subirne le conseguenze. Sapevo di averlo ferito profondamente quando si alzò per andare via. Non rimase nemmeno per guardare Compost Corner, la sua parte preferita di *Tiswas*.

Alla fine, una mattina di gennaio in cui nevicava, arrivò la grande occasione. Dato il tempo inclemente, numerosi venditori erano restati a casa, per cui ottenni uno stand. Oltre allo stock di 45 giri mi ero portato dietro un cartello realizzato alla buona con su scritto 'BARGAIN RECORDS' ('Dischi a prezzi d'occasione'), che avevo scelto anche come nome della mia attività (ovviamente non mi ero certo scervellato per trovarlo), un mangianastri, e un mucchio di cassette di gruppi sconosciuti di Liverpool che suonai a tutto volume. Infastiditi, alcuni venditori si rivolsero ad Arnold, che mi chiese di abbassarlo un po'. Malgrado il brutto tempo, il primo giorno andò benissimo. Tolle le 6 sterline per l'affitto dello stand, me ne tornai a casa con altre 12 in tasca.

Durante la giornata, parecchia gente mi aveva portato dischi a 45 o 33 giri. Facevo compravendita, perciò ne acquistai un bel po'.

Le settimane seguenti notai che si avvicinavano al mio stand due tipi di persone. Al primo appartenevano i veri e propri collezionisti di dischi, alla ricerca di nuovi titoli o intenzionati a dare via dischi che non volevano ascoltare più. Quelle del secondo di solito erano trasandate, interessate solo a vendere in cambio di contanti. Ci misi un po' a capire che magari erano sotto l'effetto della droga, e che i dischi che offrivano potevano

essere rubati. Presto la mia coscienza ebbe la meglio sul senso degli affari, e non acquistai più niente da tipi del genere.

Mi colpì anche la quantità di persone che si avvicinava per chiedermi cosa stessi ascoltando. Feci mente locale: nessuno dei dischi in vendita nel mio stand conteneva i brani che suonavo sul mangianastri. C'era un'unica soluzione: a casa realizzai una compilation su cassetta con tutti i pezzi dei singoli in sovrabbondanza del mio stock. Nei mesi successivi per tutto il mercato di Ellesmere Port risuonarono *Juke Box Jive* dei Rubettes e tutte le altre canzoni tratte dai singoli di cui dovevo liberarmi. Una mossa davvero scaltra, anche se a volte avrei voluto distruggere il mangianastri.

Riuscii a sbarazzarmi di tutte le copie di *Juke Box Jive*. Nel corso degli anni avrò smerciato Cd e Lp per un equivalente di milioni di sterline, ma nessuna transazione conclusa ha mai uguagliato l'euforia provocata dalla vendita della mia ultima copia di *Juke Box Jive*.

Al mercato divenni un habitué, e probabilmente contribuì il fatto che ogni settimana regalavo ad Arnold uno dei singoli di cui possedevo numerose copie, e lui li passava ai nipoti. Un gesto che apprezzava moltissimo, e che soprattutto mi garantiva sempre uno stand. I nipoti del direttore si ritrovano con una delle peggiori collezioni di dischi mai viste sulla faccia della terra!

Una sera, mentre guardavo *Blue Peter*, mostrarono come realizzare una fruttiera a partire da un vecchio Lp: il vinile veniva parzialmente fuso fino a dargli la forma desiderata (le operazioni di riscaldamento dovevano essere supervisionate dai genitori). Mi sembrò un'idea favolosa. Avrei trasformato in fruttiera tutti gli album invenduti.

A quel punto mi serviva un'altra insegna, ma "DISCHI D'OCCASIONE E FRUTTIERE" non conferiva alla mia attività l'autorevolezza necessaria. Quella sera misi sulla griglia un album graffiato; lo modellai adeguatamente e, raffreddatosi il vinile, mi ritrovai tra le mani una fruttiera fatta e finita. Mi rimboccai le maniche, e alla fine della serata disponevo di una raccolta variegata di fruttiere da vendere sabato al mercato.

Notai che quella realizzata nel corso del programma televisivo sembrava molto più capiente delle mie. In realtà pareva più grande perché l'avevano riempita con chicchi d'uva, ciliegie, fragole e susine, mentre quella davanti a me faceva meno scena con dentro una banana, una mela e un'arancia.

Le fruttiere attirarono l'attenzione di un sacco di gente, che si affollò intorno allo stand. La maggior parte non le prese sul serio, ma una vendita si rivelò particolarmente interessante. Per una fruttiera avevo utilizzato un album dei Queen in pessime condizioni. "Wow! Una fruttiera dei Queen!", esclamò un cliente, che sganciò volentieri

una sterlina per il manufatto. Fu contentissimo dell'acquisto. Capii che dovevo riorganizzarmi: invece di produrre fruttiere con i dischi che non riuscivo a smerciare, avrei potuto realizzare fruttiere di band famose in edizione limitata.

Di sera, ottenni la prima fruttiera dei Beatles servendomi di una copia graffiata dell'album REVOLVER. Mi venne in mente che forse avrei dovuto contattare la Apple, la compagnia che curava gli interessi del gruppo, nel caso stessi violando le leggi sul diritto d'autore; poi pensai, "Chi se ne frega". Se mi avessero fatto causa sarebbe stata tutta pubblicità per la mia impresa.

Realizzai un cartello che non dava troppo nell'occhio con su scritto "Fruttiere dei Beatles in edizione limitata – Solo 2 sterline". L'idea funzionò, ma non fu una passeggiata: ad esempio, dovetti assicurare a una donna che negli anni a venire quegli oggetti sarebbero diventati pezzi da collezione. Chiusi la giornata che avevo venduto una fruttiera dei Beatles e una di Gary Glitter ottenuta dall'album TOUCH ME (che titolo infelice!). Mi chiedo se si trovino ancora nella credenza di qualche casa a Ellesmere Port, o se i possessori non se ne siano liberati da tempo.

Una fanciulla dichiarò di voler fare una sorpresa al ragazzo con una fruttiera fatta con uno dei suoi album dei Led Zeppelin. Mi avrebbe portato l'Lp la settimana seguente. Le chiesi 1 sterlina e lei fu molto contenta del risultato. Non ho mai capito se si trattasse di una vendetta, o se lei fosse davvero convinta che il tipo avrebbe fatto salti di gioia davanti al suo disco dei Led Zeppelin trasformato in una fruttiera. Purtroppo non è mai tornata allo stand per dirmi come fosse andata.