STORIA DI SUCCESSO

La favola virtuale di Nicolò star della canzone «on line»

«Cocò» Cavalchini, 30 anni, si è autopromosso cantando su Internet: «Le case discografiche non ascoltano i giovani»

LA RETE L'idea è di quelle che lasciano il segno. Nicolò Cavalchini, ultimo di otto fratelli, nessun contatto con «quelli che contano», ha «investito» su se stesso e su internet per lanciare la sua musica. Risultato cospicuo: il tam tam della sua presenza sta facendo il giro d'Italia

Maria Sorbi

Quando Nicolò si siede dietro la tastiera, hai una certezza: tornerai a casa alle tre di notte con le caviglie a pezzi e un filo di voce appena. Ma con le canzoni ancora nelle orecchie e quella strana adrenalina che ti fa trovare pure le forze di saltar giù dal letto quando suona la sveglia.

ESIBIZIONI Il giovane musicista suona dal vivo per i suoi fan in alcuni locali milanesi

Le serate di Nicolò Cavalchini sono così: si canta a squarciagola, si balla a più non posso, come ad una festa di amici dove ci si conosce tutti. E lui, affiancato dagli inseparabili moschettieri Silvio Melloni e Gino Zandonà, spazia dai testi melodici di Baglioni - quelli per cui alzi lo sguardo al cielo alla prima nota ma poi li sai tutti - al revival anni Ottanta, dal pop al latino. Insomma, i mercoledì sera dello «Shu», locale di via Forze Armate, sono diventati un appuntamento per tanti. Per tutti quelli che fino all'anno scorso non saltavano nemmeno un concerto di Cavalchini allo storico pub «Entropia».

Nicolò, 30 anni, ultimo di otto fratelli, riempie le piste ma ha anche scoperto che sfondare nel mondo della musica non è cosa da poco. Le case discografiche non prestano orecchio tanto facilmente ai giovani. «E poi - racconta lui - di cd se ne vendono sempre meno. Allora mi sono detto: Nicolò, devi fare tutto da solo». Come? Internet.

È così che Cavalchini ha by-passato le case discografiche e si è auto promosso. Primo passo: creare un sito. «Per pubblicizzarlo - spiega - ho pensato di scrivere l'indirizzo on line sulla mia tastiera, per farlo leggere al pubblico durante le serate». Da lì, è cominciato tutto, a catena. Gli accessi al sito sono saliti alle stelle, di settimana in settimana. Nato dai locali del centro di Milano, ora il fan club di Nicolò conta quasi duemila persone. E tutti, c'è da giurarci, si saranno trovati almeno una volta sotto la doccia a canticchiare «Vorrei mangiar la Nutella», il primo singolo di Cavalchini che si è anche piazzato al sesto posto della classifica dei brani più scaricati on line da «I Tunes», battendo addirittura «A te» di Jovanotti per un paio di settimane.

Internet si è rivelato, insomma, un manager migliore di tante case discografiche. Il tam tam on line è arrivato alle radio, ai locali di Roma e di Torino. Tanto che, prima di Natale, Nicolò ritenta il colpaccio delle vendite digitali con due nuove canzoni: «Perplesso» e «Viaggi parole» in cui parla delle stragi del sabato sera. Intanto chatta con i fan, pubblicizza i suoi concerti e le sue serate su Facebook. E ogni tanto scopre pure che su Internet nasce qualche gruppo di ammiratori spontaneo. «Per ora ho fatto tutto da solo, fuori circuito. Internet ha scatenato un giro di pubblico inaspettato». Va bene i rapporti virtuali ma Cocò, così lo chiamano gli amici, ha anche voluto toccare con mano il numero effettivo dei suoi fan. Ha organizzato un concerto fai-da-te all'«Alcatraz», dove ha suonato con altri otto musicisti. «Mi sono detto "rischio tutto". Ho investito un po' di soldi e mi sono lanciato. Hanno comprato il biglietto più di 800 persone, non credevo ai miei occhi». Anche in quell'occasione la tecnologia ha dato una mano alle public relation: il pubblico ha scelto le canzoni in scaletta via sms. Ora Nicolò ha un sogno: scalare le classifiche, non solo quelle virtuali.

«I TUNES» Ha battuto perfino Jovanotti nella classifica dei brani scaricati on line