

INTERVISTA A LORENZ ZADRO DI AZ PRESS

Un punto di vista scomodo ma necessario

www.briomedia.group/intervista-lorenz-zadro

31 Ottobre, 2026
Intervista a cura di Bruno Giraldo

Qualche giorno fa ho trovato una mail proveniente dalla newsletter di A-Z Press, una pregiata agenzia stampa che spesso, mi invia notizie sulle nuove uscite musicali. Ma in questo caso non si trattava di un disco, di un singolo o di un evento live. Si trattava di un articolo del suo direttore Lorenz Zadro che ho trovato da subito molto molto interessante. Al punto da chiedere immediatamente una intervista di approfondimento.

Quando ho aperto la mail, l'ho letta due volte. La prima con un senso di fastidio, la seconda con un senso di liberazione. Perché Lorenz Zadro dice cose che nel mondo della musica dal vivo molti pensano ma pochi hanno il coraggio di scrivere nero su bianco: che i club italiani non stanno morendo per sfortuna, ma vengono uccisi. E che a ucciderli non è solo la burocrazia o la mancanza di fondi, ma una scelta precisa, consapevole, quasi sistemica.

Lorenz è un promoter da oltre vent'anni, un operatore culturale, un musicista e il responsabile della comunicazione di A-Z Press. Non è uno che parla per sentito dire: è uno che c'è e c'era, che ha organizzato serate, che ha visto locali pieni e locali vuoti, che ha assistito al lento trasformarsi di un ecosistema in qualcosa che ha molto più di "sistema" che di "eco". E la sua analisi non fa sconti a nessuno: né alle grandi agenzie di booking, né ai media di settore, né ai gestori dei club stessi, che secondo lui hanno firmato la propria condanna a morte arrendendosi all'algoritmo.

Nel suo testo si parla di "dittatura del rischio zero", di un pubblico che non cerca più la scoperta ma la conferma, di direttori artistici trasformati in broker di numeri, di un club che è per sua natura un luogo opaco, fisico, promiscuo, fuori controllo. E quindi, per questo, politicamente pericoloso. La sua tesi è che il sistema non stia subendo la morte dei club, ma la stia pilotando. E che l'unica via d'uscita sia smettere di chiedere permesso.

Con lui abbiamo parlato di tutto questo. E di cosa significa, oggi, essere un operatore culturale in un paese che sembra aver dimenticato cosa vuol dire rischiare…e forse anche cosa vuol dire cultura.



L'INTERVISTA

1. **Benvenuto Lorenz! Partiamo da te, prima che dal sistema. Chi è Lorenz Zadro oggi, nel 2026? E cosa ti ha spinto, dopo oltre vent'anni in questo mondo, a scrivere un testo così duro (anche se forse ancora non abbastanza) e così esplicito?**

Oggi sono uno che ha smesso di girare intorno alle cose. Dopo oltre vent'anni in questo mondo, ho visto abbastanza da capire che tacere, a volte, significa anche essere complici. Preferisco il silenzio social a quello delle parole. Non scrivo per attaccare qualcuno o fare rumore, ma perché credo sia arrivato il momento di chiamare le cose con il loro nome. Se il testo è duro, è perché la realtà lo è, ed è questo che mi ha spinto oltre. Credo che il dovere di raccontare venga prima della convenienza di tacere.

2. Il tuo testo comincia smontando una narrazione rassicurante: quella per cui i club muoiono a causa della burocrazia, dei fondi pubblici, della concorrenza degli stadi. Qual è, secondo te, il momento in cui questa narrazione è stata costruita? È nata prima o dopo l'avvento dello streaming e dei dati?

Non c'è un momento preciso. È una narrazione cresciuta nel tempo, utile a spostare le responsabilità all'esterno. Burocrazia, costi e concorrenza dei grandi eventi sono problemi reali, sarebbe ingiusto negarlo. Ma diventano alibi quando vengono usati per spiegare tutto. Per anni i club hanno vissuto di identità, comunità e direzione artistica. Quando questo modello ha cominciato a mostrare le proprie fragilità, invece di chiedersi cosa non funzionasse al loro interno, molti hanno preferito cercare il colpevole fuori anziché interrogarsi su ciò che stava cambiando dentro.

3. Parli di “dittatura del rischio zero”. Quando hai visto, concretamente, questa logica prendere il sopravvento? C’è stato un episodio, una serata, un artista, che ti ha fatto capire che le cose erano cambiate per sempre?

Non c’è stata una serata precisa. È stato un cambiamento graduale, e proprio per questo più insidioso. La svolta credo sia arrivata quando la domanda ha smesso di essere «Che cosa possiamo costruire?» trasformandosi in «Che cosa rischiamo?». La prima richiede visione e coraggio, la seconda porta a scegliere ciò che è già conosciuto e garantisce meno sorprese. Quando il rischio diventa il nemico da eliminare, anche la musica finisce per diventare prevedibile.

4. Sei molto deciso anche con i gestori dei club: li accusi di essersi arresi all’algoritmo, di aver smesso di fidarsi del proprio brand e della propria direzione artistica. Ma quanto è difficile, nella pratica, resistere? Non c’è un limite a quanto coraggio si può chiedere a chi deve pagare l’affitto?

Certo che c’è. Non si pagano affitto, cachet e stipendi con la coerenza artistica. Sarebbe stupido ignorare le difficoltà economiche di chi tiene aperto un club e non vorrei mai generalizzare, accusando i gestori di essere diventati improvvisamente privi di visione. Ma una cosa è adattarsi, un’altra è rinunciare alla propria identità. Il problema nasce quando prevendite, algoritmi e numeri diventano gli unici criteri per decidere cosa programmare. A quel punto non stai più costruendo un pubblico: stai permettendo agli algoritmi di decidere cosa merita di esistere.

5. Il club, scrivi, è un luogo opaco, fisico, promiscuo, fuori controllo. E quindi politicamente pericoloso. Pensi che questa sia la ragione vera per cui si preferisce un pubblico che consuma un grande evento due volte l’anno piuttosto che un cittadino che frequenta uno spazio “critico” due volte a settimana?

Un grande evento raduna un pubblico, un club può costruire una comunità. È una differenza sostanziale. Non credo serva immaginare un complotto contro i piccoli spazi, ma il risultato di certe logiche economiche e culturali è proprio questo: favorire i grandi eventi e indebolire i luoghi in cui le persone si incontrano, scoprono musica e sviluppano un pensiero autonomo. Forse nessuno lo ha deciso a tavolino. Ma il sistema sta producendo esattamente questo effetto.



6. Ti lancio una pacifica provocazione, e mi piacerebbe la tua reazione. Secondo noi, sempre più spesso le band e gli artisti compongono per il desiderio di apparire più che per dire qualcosa. E, seppur con numerose e piacevoli eccezioni, la qualità compositiva degli ultimi anni ci sembra in calo. Forse perché c'è un mescolamento massivo di influenze, troppe scelte a disposizione, e si finisce per fare confusione. Sei d'accordo con questa lettura? Insomma: c'è di fondo una parte di responsabilità anche degli artisti stessi?

Sì, in parte. Sarebbe troppo comodo dare tutta la colpa al sistema. Anche gli artisti hanno le loro responsabilità. Oggi troppi vogliono il palco, pochi hanno il coraggio di sputarci sopra. Si copia, si mescola tutto, si confeziona il nulla e lo si chiama ricerca. Le contaminazioni non sono il problema: lo è usarle senza avere niente da dire. Se ti pieghi all'algoritmo pur di venderti, sei parte del problema. Meno pose, meno strategie, più musica che abbia qualcosa da dire.

7. La tua analisi tocca anche i media di settore e la comunicazione musicale, che secondo te ha smesso di contestualizzare l'arte e ha iniziato a fare ingegneria della persuasione. Ma tu lavori proprio nella comunicazione. Come si vive, da dentro, sapendo che il sistema in cui operi è lo stesso che stai criticando?

Lavorandoci dentro, ho imparato a conoscere questi meccanismi e so di non esserne immune. Per questo cerco di mettere in discussione il mio lavoro prima ancora di scrivere un comunicato, avviando poi la fase di autocritica. Comunicare e promuovere un artista è legittimo. Il problema è quando si cerca di costruire valore dove non c'è, confondendo la promozione con la manipolazione. Un ufficio stampa dovrebbe aiutare il pubblico e i media a capire perché un progetto merita attenzione, non convincerli che la meriti soltanto perché bisogna venderlo. La credibilità si costruisce così: con il lavoro, la trasparenza e rapporti di fiducia.

8. Prova a dipingere la tua scena ideale: attraverso che meccanismi può attivarsi una inversione di tendenza concreta e duratura?

La sfida è ricostruire la fiducia tra chi programma e chi ascolta. Un club dovrebbe tornare a essere un luogo per cui vale la pena uscire di casa anche senza sapere esattamente che cosa si troverà, perché ti fidi di chi lo ha scelto. Per riuscirci servono identità, ricerca e una direzione artistica riconoscibile. Il business è necessario, ma non può diventare l'unica ragione per cui si fa musica. Altrimenti resta soltanto un'attività commerciale, uguale a tante altre.

9. Il tuo testo si chiude con una frase molto forte: "i club sopravvissuti devono diventare inospitali per la banalità". Cosa significa, in pratica, essere inospitali per la banalità? E chi decide cosa è banale e cosa no?

Significa smettere di programmare con il pilota automatico e avere il coraggio di scegliere, anche quando è più comodo copiare. Non si tratta di stabilire cosa sia bello o brutto, ma di pretendere che dietro una proposta ci siano un'idea, una ricerca e una visione. La banalità non è un genere musicale: è la rinuncia a scegliere con cura.



10. Ultima domanda, e poi ti chiedo un messaggio per i lettori di Brio Media Group. I nostri lettori sono per lo più italiani, ma molti anche esteri. Tutti amano la musica, molti frequentano i piccoli club sia da musicisti che da fruitori, alcuni li gestiscono. Cosa vorresti dire a chi, leggendo la tua analisi, sente di aver perso la speranza? E lasciaci una frase che possa restare, come un piccolo talismano, per chi crede ancora che la musica dal vivo possa essere un atto di resistenza.

Direi di non confondere la stanchezza con la sconfitta. Posso solo immaginare quanto sia difficile tenere aperto un club, organizzare concerti o portare avanti un progetto indipendente. Ma non dobbiamo salvare la musica: la musica è più grande di noi. Dobbiamo salvaguardare gli spazi, le relazioni e la libertà che le permettono di esistere. Una serata non cambierà il mondo, forse. Ma può cambiare il modo in cui qualcuno lo guarda. E questo, oggi, è già un buon motivo per continuare.