

Il Mondiale canta

Le canzoni come linguaggio universale che unisce tifosi e calciatori _ p.10

La storia di Vitalik

L'artista di strada ucraino porta la sua musica per le strade di Milano _ p.25

Sottobosco

Il progetto di un gruppo di amici che si è trasformato in un lavoro _ p.30

QUINDI

Periodico del Master in giornalismo dell'Università IULM

Anno I4

Numero 66 - 16 luglio 2026



NOTE MAGICHE

ALLA SCOPERTA DI ARTISTI EMERGENTI
E GRANDI NOMI DELLA MUSICA

Sommario

3 **Dai tormentoni ai miliardi:
cambia l'industria musicale**
di Martina Carioni

10 **Il Mondiale canta: gli stadi
diventano una voce sola**
di Margherita Cerrai

20 **Lo storico negozio Dischivolanti
e il ritorno del vinile**
di Eva Surian, Federico Tondo e Alessandro Zanetti

25 **Una canzone ucraina
di resilienza a Milano**
di Daniele Minini, Chiara Orezzi e Alberto Pozza

30 **TALENT SCOUT**
“Sottobosco”, la musica emergente che conquista Milano
di Vito Lotito

34 **EVENTI**
San Siro diventa la “Casita” di Bad Bunny
di Eva Surian e Federico Tondo



**Industria
musicale**

Per i Mondiali
previsti ricavi
superiori agli
11 miliardi di
dollari

Dai tormentoni ai miliardi: cambia l'industria musicale

NON C'È PIÙ UNA SOLA CANZONE CAPACE
DI CONQUISTARE LE CLASSIFICHE. OGGI
IL MONDIALE È LA COLONNA SONORA DI
UN MERCATO GLOBALE CHE VALE MILIARDI



**MARTINA
CARIONI**

Se un tempo tutto il mondo si muoveva a ritmo di Waka Waka (correva l'anno 2010), per questa 'estate mondiale' la strategia pare essersi dimenticata del grande tormentone, preferendo frammentazione e linee che

16/07/26

-

3

QUINDI

—

**PRIMO
PIANO**

—

MUSICA

corrono parallele. Un po' come, d'altra parte, lo sono le location del torneo: sedici città in tre nazioni differenti.

L'inno ufficiale, 'DNA (More than a game)', unisce le voci di Andrea Bocelli, David Guetta, Megan Thee Stallion, EJAE. Italiano, francese, statunitense, coreana, per un'unica canzone che è stata definita un 'frankenstein algoritmico'. Accanto a questa,



continua a rimanere sulla scena Shakira, al suo quarto Mondiale con 'Dai dai'.

Shakira
la cantante del
brano intitolato
"Dai Dai",
l'inno ufficiale
dei mondiali
di calcio FIFA
2026

La FIFA ha previsto, per il ciclo commerciale del Mondiale 2026, ricavi superiori agli 11 miliardi di dollari, una cifra che vale +56% rispetto a Qatar 2022. La voce di ricavo a più alta marginalità è la sincronizzazione: le 104 partite muovono da sole 500 milioni di dollari in advertising. Questo perché ogni

16/07/26

—

4

sigla, stacchetto pubblicitario, highlights o clip social richiede una licenza musicale.

Piattaforme streaming e royalties

Durante il torneo, i consumi sulle piattaforme di streaming non premiano solo le novità, regalando royalties non indifferenti anche a vecchi classici. A mantenere salda posizione in vetta alle classifiche sono inni e canzoni iconiche degli stadi, che segnalano impennate di streaming superiori al 300% nei giorni dei match.

Canzoni come Notti magiche di Gianna Nannini e Edoardo Bennato, o Seven nation army dei White Stripes (con l'inconfondibile po-po-po divenuto inno della Nazionale azzurra nel 2006), continuano a far guadagnare in termini di royalties nonostante i decenni trascorsi e, spesso - soprattutto nelle prime giornate del torneo -, superando i volumi di ascolti di molti brani usciti quest'anno. Nel 2024, infatti, i ricavi dello streaming hanno superato per la prima volta i 20 miliardi di dollari (circa 18,6 miliardi di euro), rappresentando il 69% dei ricavi totali della musica registrata.

Per mettere questo dato in prospettiva, 20 miliardi di dollari sono più dell'intero fatturato dell'industria musicale registrata per ogni anno tra il 2003 e il 2020. Lo streaming si attesta dunque come il principale fattore di crescita, ma non l'unico. Le cifre più interessanti arrivano infatti dal reinvestimento dei ricavi per marketing e acquisizione ta-

QUINDI

–
**PRIMO
PIANO**

–
MUSICA

lenti: 8,1 miliardi di dollari investiti. E poi i supporti fisici, cresciuti dell'8%: per il vinile è il 19° anno consecutivo in salita (+13,7% complessivo), a conferma del fatto che - più che un supporto nostalgico - è un bene di lusso per superfan.

Quanto vale l'industria musicale

L'industria musicale, più che un'unica industria, è composta da molteplici segmenti



che a loro volta influenzano altre industrie come il turismo, l'ospitalità e la moda. A dimostrarlo è stato il fenomeno “Swiftonomics” del 2024.

Secondo il Global Music Report 2025 dell'IFPI (International Federation of Phonographic Industry), un solo settore, quello della musica registrata globale, è cresciuto del 4,8% nel 2024, raggiungendo un valore

**Global Music
Report 2025
dell'IFPI**

Nel 2024
il settore
della musica
registrata
globale ha
raggiunto un
valore di 29,6
miliardi di
dollari

16/07/26

–

6

QUINDI

—

PRIMO
PIANO

—

MUSICA

di 29,6 miliardi di dollari (27,1 miliardi di euro). Sebbene la crescita del settore abbia subito un rallentamento negli ultimi anni, è ancora superiore a quella di molti altri settori ed è più alta della crescita media del PIL mondiale nel 2024, pari al 3,2% secondo l'OCSE.

L'Europa ha rappresentato il 29,5% della cifra globale e ha registrato un tasso di crescita dell'8,3%, ben al di sopra del +2,1% di Stati Uniti e Canada. Questo nonostante gli Stati Uniti siano il più grande mercato musicale del mondo, seguiti da Giappone, Regno Unito e Germania.

Il principale motore di guadagno? Lo streaming, che è cresciuto del 9,5% e il numero di utenti in tutto il mondo è aumentato del 10,6%, raggiungendo i 752 milioni di persone nel 2024.

Musica in Italia: riconferma per il vinile, concerti in crescita

Guardando ai numeri, l'Italia è un caso studio: viaggia a una velocità doppia rispetto alla media mondiale, crescendo del 10,7% nel mercato discografico contro una media globale del 6,4% ed europea del 5,6%.

Una doppia cifra che vale 513,4 milioni di euro, 99 miliardi di stream e un boom nelle royalties della musica italiana all'estero di 32 milioni di euro (+180% rispetto al 2020, +13,9% rispetto al 2024).

16/07/26

—

QUINDI

–
PRIMO
PIANO

–
MUSICA

Il rapporto SIAE 2025 mostra come nella musica, i live funzionano e catalizzano pubblico. Persistono però differenze di stagionalità e localizzazione, come spiega Bruno Sconocchia (pres. Assoconcerti): «C'è una questione infrastrutturale: al Sud non esistono spazi al chiuso per i grandi concerti. I palazzetti che ospitano più di 15mila persone sono a Milano, Torino e Bologna. Firenze ne ospita 7.500, Roma ancora meno».



Il rapporto SIAE evidenzia come solo l'1,63% del totale dei concerti supera i 10mila spettatori: 368 contro i 269 del 2024. Questi però hanno catalizzato 8,2 milioni di spettatori, il 40% del pubblico totale, e incassato 549 milioni di euro (54,7% della spesa al botteghino per i concerti). «I grandi live – spiega Sconocchia – sono aumentati in termini assoluti ed è cresciuto il numero dei loro spettatori: due milioni in più in un anno».

**Bruno
Sconocchia**
Presidente di
Assoconcerti

16/07/26

–
8

C'è un altro rapporto, il Loud & Clear redatto dalla piattaforma di distribuzione musicale Spotify, che rivela l'entità della musica italiana posizionandola come un unicum. In questo report emerge un numero in particolare: 165 milioni di euro corrisposti dalla piattaforma agli artisti italiani come royalties. Una crescita del 17% rispetto al 2024, e del 46% sul 2023, che conferma l'esistenza di un trend nazionale in dialogo diretto con quanto accade a livello globale: nel 2025, brani di 16 lingue diverse hanno raggiunto la Global Top 50 di Spotify (nel 2020 erano 5 le lingue coinvolte).

Questo colloca l'italiano come parte integrante di una rivoluzione multilingue della musica: non solo conquista un pubblico fedele nel nostro Paese, ma viene esportata e apprezzata in mercati internazionali. A confermare questa dinamica, oltre il 40% delle royalties degli artisti italiani nel 2025 proviene da ascoltatori fuori dall'Italia, mentre a livello globale si osserva come gli artisti vedano più del 50% delle proprie royalty provenire dall'estero già entro i primi due anni dal debutto.

Il rapporto tra i dati italiani e quelli globali evidenzia dunque una convergenza: la musica italiana cresce economicamente, amplia il proprio pubblico internazionale e fa parte di un movimento di apertura linguistica e culturale che caratterizza lo streaming mondiale.



**Bellingham,
Kane e Burn**
Intonano
"Wonderwall"
sotto la
curva inglese

Il Mondiale canta: gli stadi diventano una voce sola

TRA CORI, INNI POPOLARI E RITUALI SUGLI
SPALTI, LA COPPA DEL MONDO RACCONTA
COME LA MUSICA SIA DIVENTATA IL LINGUAGGIO
UNIVERSALE CHE UNISCE TIFOSI E CALCIATORI



**MARGHERITA
CERRAI**

Prova ad immaginare un Mondiale. Non pensi subito al calcio, ma a un rumore di fondo, un ronzio basso che sale dallo stomaco, vibra nelle costole e poi esplode, tutto insieme, quando l'aria esce dalla gola

QUINDI

—

MONDIALI

—

**TORMEN-
TONI**

di ottantamila persone. Al calore che sa di birra versata sui gradini di cemento, di magliette madide appiccicate alla pelle, di bandiere tese che tagliano il vento della sera.

C'è il calcio giocato e poi c'è il calcio cantato, vissuto. Fino a qualche anno fa, la colonna sonora dei Mondiali era un affare per pochi: un pezzo pop confezionato a tavolino che parlava a tutti, o forse a nessuno. Poi, qualcosa si è rotto. A Mosca, nel 2018, la Francia di Mbappé e Pogba ha iniziato a ballare sulle note improvvisate di VegeDreAm, portandosi la banlieue dentro lo spogliatoio. In Qatar 2022, l'Argentina ha camminato sul filo della malinconia con Muchachos, trasformando un pezzo da strada in una preghiera collettiva.

Oggi, negli stadi americani, quel confine tra chi guarda e chi gioca è evaporato del tutto: la musica non scende dall'alto dei maxi-schermi o dei diritti televisivi acquistati a peso d'oro; sale dal basso, si infila negli spogliatoi, si sporca con il fango dei tacchetti e diventa una lingua universale.

Take me Home, Country Roads

Prendete Seattle, una sera di vento e pioggia sottile. Una delle città americane dove il movimento ultras del soccer è più radicato. Gli Stati Uniti hanno appena battuto l'Australia per 2-0 e, dentro lo stadio, l'aria è elettrica. C'era una scaletta già scritta, un cerimoniale studiato dai manager della FIFA per intrattenere un pubblico abituato ai canoni della

16/07/26

—

II

QUINDI

—
MONDIALI

—
**TORMEN-
TONI**

NBA o del football (americano). Doveva risuonare Free Bird dei Lynyrd Skynyrd, l'assolo di chitarra perfetto per riempire i silenzi del jumbotron.

Invece, dal settore più caldo, qualcuno attacca un'altra melodia. È lenta, acustica, quasi sussurrata: «Almost heaven, West Virginia...» In un attimo, le voci diventano cento, poi



mille, poi tutto lo stadio si unisce a quel canto che John Denver incise nel 1971. Non è un coro da battaglia, è una ballata intima, una carezza nostalgica che parla di casa, di strade di campagna, di radici profonde.

**McKennie
e Pulisic**
lintonano
"Take me
Home, Country
Roads" sotto
la curva a
stelle e strisce

16/07/26

—
12

Anche se, per onore di cronaca, bisognerebbe dire che Take me home, Country Roads ha una lunga storia d'amore con gli eventi sportivi, risuonando dalle università della

QUINDI

—

MONDIALI

—

**TORMEN-
TONI**

Virginia all'estero, dove viene cantata durante le partite di football australiano a Brisbane e, in forma riadattata, durante quelle di football (e basta) a Manchester.

Così, Amy Hopfinger, che quelle playlist le ha pianificate per mesi, capisce che non si può combattere contro la spontaneità. Take Me Home, Country Roads diventa di diritto la colonna sonora del team a stelle e strisce e funziona, perché non cerca di farti saltare, ti chiede solo di chiudere gli occhi e sentirti parte di qualcosa di più grande.

Il muro delle meraviglie

Una sensazione già provata 2 giorni e 3.375 km prima, a Dallas. L'Inghilterra ha appena battuto la Croazia per 4-2. Kane cammina verso il settore dei tifosi inglesi con le gambe pesanti e il petto ancora che fischia; ha segnato 2 gol, raggiungendo Gary Lineker a quota 10 reti mondiali. Dietro di lui la formazione in maglia bianca. Sopra la porta, un muro candido. Migliaia di braccia alzate, le sciarpe tese al cielo.

E poi, senza che nessun dj dia il via, parte quel giro di accordi che ogni ragazzo inglese ha suonato almeno una volta in camera sua: «Today is gonna be the day that they're gonna throw it back to you...».

E la curva si trasforma in un muro delle meraviglie, quello degli Oasis. La cantano tutti. La canta Jude Bellingham in prima fila, la canta Kane con gli occhi lucidi, la cantano i

16/07/26

—

13

QUINDI

—

MONDIALI

—

TORMEN-
TONI

padri con la birra in mano e i ragazzini arrivati da Londra con l'ultimo volo utile. Liam Gallagher, da casa, digita febbrilmente su X di mantenere vive quelle "vibrazioni bibliche": «C'mon England, c'mon Wonderwall».

Il coro risuona ancora e ancora: ad Atlanta, dopo la rimonta sul Congo, e poi all'Azteca contro il Messico, mentre i dj degli stadi rinunciano alle loro playlist predefinite per



assecondare quel rito laico. Non è un caso. I fratelli Gallagher hanno sempre respirato l'aria dei gradoni degli stadi. Il loro legame con il Manchester City è storia, impresso negli scatti di Kevin Cummins con le maglie celesti o nelle serate di Maine Road nel 1996.

L'Inghilterra

Spalla
a spalla sotto
la curva, canta
"Wonderwall"

16/07/26

—

14

La loro musica sembra fatta per gli spalti, per essere urlata da migliaia di bocche all'unisono: non parla di calcio, non celebra

un gol, ma permette alle persone di trovarsi e riconoscersi. E, in questo senso, Wonderwall funziona: è un pezzo del 1995 che profuma di Britpop, di Cool Britannia e di speranza. Rievoca l'atmosfera di Euro '96, quando la neonata Premier League si affacciava al mondo e un intero Paese si scrollava di dosso gli anni del tatcherismo per guardare al futuro con ottimismo. E, cantandola oggi, gli inglesi tornano all'ultimo momento in cui hanno creduto che tutto potesse andare per il meglio rendendola così, di diritto, l'inno della nazionale ai Mondiali 2026: «È di tutti», dicono i fratelli di Manchester, «un legame magico tra i giocatori e la gente».

Un'onda emotiva che trascina chiunque, compresi i Beckham in tribuna (fatta eccezione per Victoria, che osserva la scena con il suo solito distacco). Un rito che cambia pelle solo nella sfida contro la Norvegia, dove la doppietta di Bellingham lancia i Tre Leoni in semifinale e trasforma il tifo in un boato cadenzato su Hey Jude, mutuato direttamente dalle notti del Bernabéu.

Eppure, la federazione inglese avrebbe una sua colonna sonora ufficiale per celebrare i gol: l'electro-pop martellante di Chase The Sun dei Planet Funk, un gioiello tutto italiano nato alla fine degli anni Novanta dall'intuizione di Alex Neri e compagni unito al vecchio canzoniere della memoria inglese, dal richiamo nostalgico di Three Lions dei Lightning Seeds, con quel "football's coming home" sussurrato da trent'anni come

QUINDI

—
MONDIALI

—
**TORMEN-
TONI**

un'attesa infinita; al ritmo di World in Motion dei New Order che profuma delle notti di Italia '90; e l'immane Sweet Caroline di Neil Diamond, ormai un classico.

La Cuarta Estrella

E mentre l'Inghilterra si stringe spalle a spalle ricordando ciò che era e che potrebbe ritornare, nello spogliatoio del Mercedes-Benz Stadium di Atlanta, l'aria è irrespi-



rabile per il caldo e per il fumo della festa. Rodrigo De Paul tiene il telefono alto, in diretta streaming su Instagram. I compagni ballano, con i capelli bagnati di champagne e le maglie da gioco ancora addosso.

L'Albiceleste
Striscione
per le isole
Malvinas/
Falkland dopo
Inghilterra-
Argentina

16/07/26

—
16

In disparte, quasi a voler scomparire, c'è Lionel Messi. È seduto su una panca di legno, ha le scarpe slacciate e lo sguardo perso di chi ha appena pianto dopo il fischio finale.

Ma quando parte la cumbia sincopata di La Cuarta Estrella, scritta da Palmi-
to sulle note della compianta Gilda, an-
che Messi inizia a muovere le labbra:
«Por Malvinas, por el Diego, por la última de
Leo, Argentina, quiero verte bicampeón...»

Un coro che racchiude tutto: le Malvinas,
ovvero le Falkland; Diego, che non ha biso-
gno di presentazioni; e l'ultima di Leo, che
lo vedrebbe diventare bicampeón. Un back-
to-back leggendario, riuscito nella storia del
calcio solo all'Italia di Vittorio Pozzo tra il
1934 e il 1938 e al Brasile dei sogni di Pelé e
Vavà tra il 1958 e il 1962. Sarebbe la chiusura
perfetta di un'era irripetibile consacrata al
giocatore più grande di sempre.

Prima di questo Mondiale, i record del tor-
neo erano sparpagliati: il primato di gol di
Miroslav Klose fermo a quota 16, i leggen-
dari 8 assist di Maradona e la striscia record
di Vavà a segno per cinque gare di fila nel-
la fase a eliminazione diretta. Oggi, quella
classifica ha un solo padrone. Leo Messi ha
accentrato l'intera storia dei Mondiali su di
sé: 21 reti complessive, 10 passaggi vincenti
e la firma d'autore in sei partite consecutive
da dentro o fuori.

Ma, accanto alla Cuarta Estrella, oltre al rit-
mo contagioso di La cumbia de los Trapos de-
gli Yerba Brava, che risuona negli stadi a ogni
gol dell'Albiceleste, c'è un'altra frase che rim-
balza incessantemente dalle tribune: «Estás
para eso, viejo». Sei qui per questo, amico.

QUINDI

—
MONDIALI

—
**TORMEN-
TONI**

Un grido nato dal vuoto lasciato nel cuore dell'Argentina a pochissimi giorni dal fischio d'inizio, quando il Paese intero ha pianto la scomparsa di Indio Solari, un gigante della musica nazionale. Prima del suo ultimo viaggio, l'artista aveva affidato a una lettera un messaggio per il capitano dell'Albiceleste: «Ciao Leo, sono Indio. Solo uno dei tanti che voleva salutarti. Sei un tesoro immenso per il nostro sport, baciato da un talen-



to inimmaginabile che sa di divino e di demoniaco insieme. Mi hai regalato attimi di pura gioia... Ti meriti una vita bellissima. P.S.: che ne dici di vincere un'altra Coppa del Mondo? Sei qui per questo, amico.» Da quel congedo ne è nato un comandamento sulle tribune americane, che ha dato voce ad una passione febbrile che straripa oltre i cancelli degli stadi dove, tra i fumi dei barbecue e i clacson, altre icone della musica

Viking Row
Il pubblico
norvegese
esegue la
danza tipica

16/07/26

—

18

argentina si sono messe a improvvisare concerti abusivi per la folla dei tifosi. L'ultimo dei quali, montato sopra il tetto di un furgone nel cuore di Miami, è finito solo quando le sirene della polizia americana hanno spento gli altoparlanti. Ma non il sogno della quarta stella.

La Viking Row

La Norvegia sceglie il silenzio del movimento. Il loro inno sarebbe rock, maestoso, il Vi er Norge firmato da Jørn Lande, unito alla storica Alt for Norge scritta per il Mondiale, sempre in USA, ma nel 1994. Ma la vera magia nordica accade quando la musica si spegne.

Si chiama Viking row la coreografia icona del mondiale norvegese. Ødegaard si siede sul prato dello stadio di fronte ai propri tifosi, prende un tamburo e inizia a battere un colpo lento. All'unisono, la squadra e l'intero settore simulano la remata di una drakkar. Gridano solo "RO", a intervalli regolari.

Un rito antico che ha contagiato persino la famiglia reale e il Parlamento fino al Palazzo Reale di Oslo dove, dopo l'eliminazione dal torneo, la nazionale norvegese ha guidato 90mila rematori per le strade della città. Perché il calcio si può vedere, raccontare, analizzare e perfino dimenticare. Ma non si può spiegare cosa significhi sentirlo vibrare nelle costole quando un coro nasce dal nulla e diventa la voce di un intero Paese. E il Mondiale, oggi, suona così.



Il negozio
punto di
ritrovo per
collezionisti a
caccia di rarità
e per giovani
incuriositi dal
mondo dei vinili

Lo storico negozio Dischivolanti e il ritorno del vinile

DAI PINK FLOYD A TAYLOR SWIFT:
NELLA BOTTEGA DI FERRUCCIO E CATERINA
COLLEZIONISTI E GIOVANISSIMI SI UNISCONO
NELLA PASSIONE MUSICALE

A CURA DI

EVA
SURIAN;
FEDERICO
TONDO;
ALESSANDRO
ZANETTI



All'interno del negozio di dischi Dischivolanti c'è una bacheca appesa al muro. Contiene dei piccoli foglietti di carta colorati: sono i biglietti di alcuni dei tantissimi concerti a cui Caterina Guida ha partecipato

16/07/26

-

20

QUINDI

-

VINTAGE

-

DISCHIVO-
LANTI

nel corso della sua vita. Spiccano nomi del calibro di David Bowie, Dinosaur Jr. e Bob Dylan. Quella parete racconta una dedizione per la musica che va ben oltre il semplice ascolto; racchiude la stessa identica passione che, nel 1998, ha spinto Caterina a fondare Dischivolanti.

Anche se tutti dicono che sia lei “il vero capo”, noi abbiamo incontrato l'altra metà



della gestione: suo marito Ferruccio, che la affianca nella gestione del negozio fin dal giorno in cui si sono conosciuti. «Mia moglie ha sempre avuto una viscerale passione per la musica, quindi trasformarla in un lavoro è stato quasi naturale per lei», racconta.

Vinili

Il catalogo di Dischivolanti spazia dal classic rock degli anni '60 e '70 fino alla scena trap e hip hop recente

16/07/26

-

21

«Io invece ero comunque un collezionista, ma mi dedicavo più ai fumetti». Situato a Milano, proprio di fronte al Naviglio in via

Ripa di Porta Ticinese 47, Dischivolanti è diventato una tappa fissa nel giro dei negozi per gli appassionati di musica. Negli ultimi anni questo fenomeno si è amplificato, complice il fatto che il vinile è tornato prepotentemente di moda, specialmente dopo la pandemia di COVID-19.

«Entrano ragazzi e ragazze giovanissimi che chiedono di Taylor Swift, Lana Del Rey, Kanye West. Oggi vendiamo i loro dischi persino più di quelli di Pink Floyd e Led Zeppelin», spiega Ferruccio. Secondo lui, per le grandi etichette discografiche produrre vinili non è poi così conveniente, ma la richiesta è talmente alta che si trovano quasi costrette a farlo. «È anche un modo per tenere vivo il mercato, visto che i prezzi delle nuove uscite sono letteralmente schizzati alle stelle negli ultimi tempi».

Un pubblico eterogeneo e diversificato

Dischivolanti vende sia dischi usati sia novità. Si potrebbe pensare che posti del genere siano solo punti di ritrovo di nicchia per collezionisti a caccia di rarità. Eppure, come ci racconta Ferruccio, la tendenza non è affatto unidirezionale e la clientela è decisamente varia. «I giovani magari entrano e comprano una ristampa da 30 euro solo per il gusto di ascoltarla.

I collezionisti, al contrario, puntano dritti a una prima edizione da 900 euro per custodirla come una reliquia». Un pubblico così frammentato richiede un'offerta all'altezz-

QUINDI

—
VINTAGE

—
**DISCHIVO-
LANTI**

za. Ecco perché il catalogo di Dischivolanti spazia dal classic rock degli anni '60 e '70 fino alla scena trap e hip hop più recente. Ci sono sezioni dedicate alla new wave anni '80, così come aree riservate a jazz, R&B e colonne sonore.

La chicca più interessante è la cassetta di legno che custodisce i dischi di musica industrial; d'altronde, scovare un album dei



Current 93 non è cosa da tutti i giorni. «L'altro giorno abbiamo partecipato alla fiera del disco di Novegro. Eravamo i più giovani tra gli oltre 50 espositori, e il 90% della musica venduta dagli altri non andava oltre gli anni '80».

**Dal classic rock
al trap
e all'hip hop**

Dalla new wave
anni '80 al jazz
e all'R&B.

Il negozio offre
un catalogo
vario capace di
accontentare
un pubblico
ampio

16/07/26

—
Il rituale dell'ascolto musicale del vinile
Ciò che si impara ascoltando un vinile è che
l'esperienza musicale non è solo una que-

QUINDI

—

VINTAGE

—

**DISCHIVO-
LANTI**

stione di qualità dell'audio. Chi ascolta deve compiere lo stesso identico rituale ogni volta: sfilarlo dalla copertina, metterlo sul piatto e pulirlo. Poi farlo girare e godersi la musica, sapendo che dopo 15 metri bisognerà girarlo dall'altro lato. Secondo Ferruccio, «la vera qualità sta proprio qui: nel fatto che sei costretto ad ascoltare davvero.

Nel frattempo, non puoi fare nient'altro». Le persone continuano ad andare da lui per chiedergli dove comprare un giradischi o come ripararne uno vecchio. Non sembra affatto che questo rinnovato amore per il vinile sia destinato a svanire presto. In fin dei conti, è uno dei pochi modi rimasti per mantenere la cultura qualcosa di fisico, in un mondo che si sta facendo sempre più intangibile.



Vitalik Medianik
Un artista di strada
ucraino a Milano
da nove anni

Una canzone ucraina di resilienza a Milano

LA STORIA DI VITALIK MEDIANIK METTE IN DISCUSSIONE L'IDEA DI PATRIOTTISMO E MOSTRA COME LA MUSICA PUÒ DIVENTARE UNA FORMA DI RESILIENZA DURANTE LA GUERRA

A CURA DI

**DANIELE
MININI;
CHIARA
OREZZI;
ALBERTO
POZZA**



Stavamo camminando verso Isola quando ci siamo imbattuti in Vitalik. Stava suonando la sua piccola tastiera Yamaha davanti a un supermercato, all'angolo tra via Plinio e via Eustachi. «Cosa posso suonare per voi, ra-

16/07/26

-

25

gazzi?», ci ha chiesto. La melodia era triste e a tratti malinconica, in netto contrasto con il frenetico via vai del quartiere. Più lo osservavamo, più rimanevamo affascinati. Davanti alla tastiera, sul marciapiede, erano disposti alcuni CD. Solo più tardi abbiamo scoperto che erano tutti composti da lui.



Quando la musica si è fermata, abbiamo iniziato a parlare con lui. Abbiamo scoperto che Vitalik è ucraino, nato a Kiev, dove ha studiato musica in Conservatorio. È arrivato in Italia nove anni fa; qui si è sposato e oggi ha tre figli, tutti nati in Italia. Da quattro mesi vive a San Giuliano Milanese. Ogni giorno prende il treno per raggiungere il luogo in cui lavora, trasportando con sé tutta la sua attrezzatura, per poter mantenere la sua famiglia.

Gli album
Vitalik ha pubblicato tre album e sta lavorando al prossimo per Natale

La vita da musicista di strada

Ogni giorno Vitalik suona per circa sei ore: tre al mattino davanti al To.Market di via Eustachi e altre tre nel pomeriggio, spostandosi in diverse zone della città. Evita però il centro. «Non mi piace suonare vicino al Duomo. Preferisco luoghi più tranquilli e meno affollati». Proprio qui, tra Città Studi e Porta Venezia, Vitalik ha trovato il suo piccolo gruppo di sostenitori: persone che non perdono occasione per salutarlo e lasciare qualche moneta nella sua cassetta delle offerte. «Faccio questo lavoro da otto anni».

Alla domanda sul perché abbia scelto questa strada, risponde con sincerità: «Perché mi piace. Con questo lavoro posso portare gioia alle persone. Inoltre mi dà molta libertà». Vitalik non si esibisce soltanto per strada. Partecipa anche a eventi serali, feste e perfino matrimoni. Oltre alla musica, è profondamente impegnato come volontario nella sua chiesa, diventata un importante punto di riferimento per molti ucraini.

È una persona molto religiosa. Suo padre è un pastore ortodosso che ha fondato una chiesa evangelica in Ucraina. Oltre a suonare durante le funzioni domenicali e nelle strade di Milano, Vitalik dedica parte della settimana a insegnare pianoforte ai giovani della comunità ucraina.

La musica di Vitalik Medianik come identità

Il suo repertorio spazia dalla musica classica a quella contemporanea: da Chopin a

Ludovico Einaudi, passando per brani religiosi come Dio vicino a te e Amazing Grace. Ma Vitalik è anche compositore. Ha già pubblicato tre album, l'ultimo dei quali è uscito tre anni fa. Sono disponibili su tutte le principali piattaforme di streaming cercando: "Vitalik Medianik Music", mentre i suoi CD vengono venduti a 10 euro. Ci racconta inoltre di essere al lavoro su un album dedicato alle canzoni natalizie. «Credo che



la mia musica sia rilassante. Ma le persone mi dicono anche che è molto emozionante e ricca di significato».

Resistere attraverso la musica

«Perché non sei in Ucraina?». Mentre parlava con noi, una donna di mezza età si è avvicinata a Vitalik e ha iniziato a rimproverarlo, in ucraino, per non essere al fronte a combattere per il suo Paese. Alla vigilia del

Il rapporto con la guerra
Vitalik ha un fratello al fronte e la sua famiglia tra Kiev e Lviv

23 febbraio 2022, quando l'esercito russo ha lanciato l'invasione dell'Ucraina, Vitalik viveva ormai in Italia da molti anni. Dopo lo scambio, appariva visibilmente scosso.

Anche se non vive più nel suo Paese, il legame con la sua terra d'origine resta fortissimo. «È una situazione molto difficile, difficile da descrivere a parole», racconta. Ci spiega che molti suoi familiari vivono ancora in Ucraina, tra Kyiv e Leopoli, e che parla spesso con loro. Suo fratello, invece, combatte in prima linea. Ma, anche se non impugna un'arma, Vitalik non considera il proprio ruolo meno importante. «Il mio dovere è restare qui con la mia famiglia, e il mio modo di aiutare è attraverso la musica», spiega.

Ed è proprio attraverso la musica che Vitalik ha trovato il suo modo di resistere. Ogni esibizione diventa qualcosa di più di un semplice intrattenimento: è un momento di riflessione, solidarietà e vicinanza per molti ucraini che vivono a Milano. Lontano dal campo di battaglia, il suo pianoforte continua a raccontare casa, con il dolore, la speranza e la perseveranza.



Sottobosco 10
L'esibizione di
Volt Rar, artista
milanese,
durante
un evento

“Sottobosco”, la musica emergente che conquista Milano

DAL CONCERTO LIVE IN UN PARCHEGGIO
ALLE 2000 PRESENZE AL MAGNOLIA. IL
RACCONTO DI UN PROGETTO TRA AMICI CHE SI È
TRASFORMATO IN UN LAVORO A TEMPO PIENO



VITO
LOTITO

«Vogliamo dare voce agli emergenti: ci sono poche realtà che lo fanno, soprattutto a Milano». Basterebbe questa frase per racchiudere il cuore di Sottobosco, una realtà che si sta facendo sempre più spazio nel panorama

16/07/26

–

30

musicale milanese. «Ho iniziato a fare musica a 12 anni con le gare di freestyle - ci racconta Alessandro, 25 anni, uno dei tre fondatori del progetto -. Un giorno mi hanno chiamato a un evento e l'organizzazione era veramente pessima. Così abbiamo pensato: ma perché non ce le organizziamo noi le nostre date?». E così è nato Sottobosco, «per dare un palco a me!» confessa Alessandro con un sorriso.

A lui e Pietro, il co-fondatore, si è unita quasi subito un'altra persona. Si chiama Elisa, ha 27 anni, ed è venuta a conoscenza della realtà di Sottobosco proprio durante il primo evento organizzato da loro: «Ero stata contattata da Alessandro perché ero la manager di un gruppo di DJ che avrebbero chiuso la serata». Nel corso dello show, mentre Alessandro era sul palco, l'ha raggiunta Pietro. «Mi hanno proposto di entrare nel progetto, gli sembravo una figura interessante». Da questo momento in poi, è ufficialmente partito il viaggio targato Sottobosco.

Tra soddisfazioni e ostacoli: la forza della determinazione

Ci sono tanti momenti che i due ragazzi, nel corso della nostra chiacchierata, ricordano come estremamente segnanti nel loro percorso - che peraltro ha da poco compiuto due anni. I 600 ingressi registrati in un bar di Lambrate con un live all'aperto nel freddo di gennaio, o i 2000 spettatori del live al Magnolia nell'estate 2025. Traguardi raggiunti sempre rimanendo fedeli ai propri ideali, con line-up interamente composte da emergenti. Traguardi che hanno

QUINDI

–

**TALENT
SCOUT**

–

SOTTOBOSCO

fatto capire ai fondatori come fosse necessario prendere sul serio quello che avevano creato, «perché forse questa cosa la sappiamo fare».

Chiaramente non sono mancati gli intoppi in questi due – brevi, ma lunghissimi – anni. Come quella volta che, avendo sforato di un'ora l'orario concordato con il proprietario del locale, quest'ultimo ha deciso di staccare la corrente mentre gli ultimi artisti si esibivano! Cos'è successo poi? «Hanno continuato il pezzo senza



base, e la gente lo cantava». E dopo... «hanno spostato il live nel parcheggio, suonando sulle macchine! Certo, poi è arrivata la polizia...». Insomma, una serata indimenticabile.

**Elisa e
Alessandro**
Assieme ad un
altro ragazzo,
Elisa Zanin e
Alessandro
Caldara sono
i fondatori di
Sottobosco

I valori alla base di tutto

Alla base dell'attività di Sottobosco, come anticipato, ci sono solidi valori fondanti. «Per noi alla base c'è il rispetto – specifica Alessandro

16/07/26

–

QUINDI

–

**TALENT
SCOUT**

–

SOTTOBOSCO

– se non ci troviamo umanamente con l'artista, non ci collaboriamo. Tutti gli artisti con cui lavoriamo diventano amici». Valori che hanno permesso loro di lanciarsi anima e corpo in un progetto che, come lo definisce Elisa «è una macchina che funziona, che piace a tutti».

Il gruppo si è ampliato e da poco Sottobosco si è fuso con un'altra realtà gemella ma un po' più grande, SiamounMagazine. L'obiettivo? «Che diventi il nostro lavoro». Mantenendo però sempre al centro la musica e gli emergenti. Per dirla con le loro parole, «il nostro core è sempre e solo musica».



Bad Bunny
sul palco
Debi Tirar
Màs Fotos
World Tour

San Siro diventa la “Casita” di Bad Bunny

L'ESTATE MILANESE ENTRA NEL VIVO CON
UNA STAGIONE DI GRANDI CONCERTI CHE
PORTERÀ IN CITTÀ LA STAR PORTORICANA
CON I SUOI DUE LIVE AL MEAZZA



**EVA
SURIAN**



**FEDERICO
TONDO**

A Milano, d'estate, si respira aria di concerti. Lo Stadio Giuseppe Meazza (San Siro), l'ippodromo SNAI San Siro e La Maura si popolano di gente per accogliere le star musicali più amate. Il 24-25-26 luglio, l'After Hours Till Dawn Tour

QUINDI

—

EVENT

—

BAD BUNNY

è pronto per riesibirsi nella città meneghina per tre date consecutive, dopo le tappe dell'estate 2023. A settembre, poi, riprende la rassegna degli I-Days che tornerà a far ballare la città con le novità della musica italiana e i grandi artisti della scena internazionale. TonyPitony, David Guetta e A\$AP Rocky saranno infatti i prossimi a esibirsi sul palco dell'Ippodromo SNAI San Siro.

Sono pochi, però, i giorni che separano Milano da uno degli show più attesi dell'anno: il 17 e 18 luglio Bad Bunny arriverà in città. E il suo concerto è già diventato l'evento dell'estate. Uno show pop latino che per due sere accenderà la città al ritmo del latin trap e del reggaeton. Ma non si tratta solo di un concerto. È infatti molto di più: il *Debì Tirar Màs Fotos World Tour* è un'esperienza immersiva che racconta l'identità culturale di Porto Rico. Questa volta non c'è solo la spettacolarità di costumi, scenografie o visual, perché anche gli appassionati saranno con l'iconico cantante latino.

Il protagonista? La Casita. Una riproduzione della tradizionale casa portoricana dai colori pastello che richiama l'anima dei brani. Un racconto visivo e musicale inteso non solo come palcoscenico performativo, ma soprattutto come spazio dialogico tra il pubblico e gli artisti. La distinzione tra fronte e retro del palco sparisce. Sullo sfondo ci saranno anche i fan, che saranno posizionati alle spalle dell'artista. È quindi il pubblico l'elemento scenico.

16/07/26

—

QUINDI

—

EVENT

—

BAD BUNNY

E così, le riprese saranno molto più immersive e dinamiche, il senso di partecipazione esasperato e le forme dei quartieri riprese nella loro dimensione comunitaria. Proprio come lo spirito dell'album.

Non si tratterà solo di un'esperienza scenica, ma di una performance in cui le palme, la vegetazione tropicale e le spiagge si intrecceranno alla narrazione. Anche automobili e camion



verranno usati come elementi scenici, accompagnati da maxischermi ad altissima definizione per le riprese live. Sarà poi una lunga passerella a portare Bad Bunny dentro il pubblico. Proprio lì, dove vuole arrivare il suo nuovo album: da Porto Rico dritto al cuore di Milano.

La casita

La parte scenografica più famosa del tour che richiama una casa di Puerto Rico

16/07/26

—

QUINDI

16 LUGLIO 2026

ANNO 14 - NUMERO 66

Direttore responsabile

Daniele Manca

Editing

Diadora Alacevich,
Alessandra Falletta Ballarino,
Daniele Minini

In redazione

Martina Carioni,
Margherita Cerrai,
Vito Lotito,
Chiara Orezzi,
Alberto Pozza,
Eva Surian,
Federico Tondo,
Alessandro Zanetti



Via Carlo Bo, 6 - 20143 - Milano

02-891412771

master.giornalismo@iulm.it

Registrazione Tribunale di Milano

n. 477 del 20/09/2002

Master in giornalismo

Direttore: Daniele Manca

Coordinatore didattico: Marta Zanichelli

Coordinatore organizzativo: Ugo Savoia

Segreteria organizzativa: Teresa Biuso, Erika Colombo

Anthony Adornato (*Social media e mobile Journalism*)

Adriano Attus (*Art director e Grafica digitale*)

Federico Badaloni (*Architettura dell'informazione*)

Luca Barnabé (*Giornalismo periodico -
Giornalismo, cinema e spettacolo*)

Silvia Brasca (*Fact checking and Fake news*)

Marco Castelnuovo (*Social media curation I - video*)

Maria Piera Ceci (*Giornalismo radiofonico I*)

Pierluigi Comerio (*Simulazione esame
di idoneità professionale*)

Mario Consani (*Deontologia*)

Giovanni Delbecchi (*Critica giornalismo Tv*)

Bruno Delfino (*Smartphone journalism*)

Giovanni Della Frattina (*Scrittura Giornalistica*)

Andrea Delogu (*Gestione dell'impresa editoriale*)

Luca De Vito (*Cronaca locale e produzione
multimediale I e II*)

Alessandro Galimberti (*Copyright e Deontologia*)

Paolo Giovannetti (*Critica del linguaggio giornalistico*)

Alessio Lasta (*Reportage televisivo*)

Antonino Luca (*Videogiornalismo*)

Bruno Luverà (*Giornalismo Tv*)

Caterina Malavenda (*Diritto e procedura penale*)

Matteo Marani (*Giornalismo sportivo*)

Anna Meldolesi (*Giornalismo scientifico*)

Dario Merlini (*Dizione e Public Speaking*)

Alberto Mingardi (*Giornalismo e politica*)

Micaela Nasca (*Laboratorio televisivo
e riprese video - Laboratorio pratica televisiva*)

Matteo Novarini (*Storia del giornalismo*)

Enrico Palumbo (*Storia Contemporanea*)

Elisa Pasino (*Tecniche dell'ufficio stampa*)

Martina Pennisi (*Social media curation I - personal
branding*)

Aldo Preda (*Giornalismo radiofonico II*)

Davide Preti (*Tecniche di montaggio e ripresa digitale*)

Roberto Rho (*Giornalismo quotidiano*)

Giuseppe Rossi (*Diritto dei media e della riservatezza*)

Nicola Saldutti (*Giornalismo Economico*)

Federica Seneghini (*Social Media Curation II*)

Gabriele Tacchini (*Giornalismo d'agenzia*)