



DISCOGRAFIA U.K

di Alessandro Pomponi * als.pmp@iol.it

Alla fine del 1969 Olav Wyper è la mente che concepisce il progetto Vertigo, l'etichetta di musica alternativa che più di ogni altra ha affascinato dapprima i giovani degli anni '70, successivamente, i collezionisti di vinile di quella magica stagione.

Tuttavia, dopo poco più di un anno dalla fondazione, Wyper abbandona l'impresa, deluso dalla piega che aveva preso il catalogo Vertigo, che aveva cominciato a pubblicare un po' di tutto, perdendo la sua indole originaria. Approda quindi alla RCA, dove ha in mente di ricoprire un normale ruolo manageriale, senza particolari retroscena artistici. Alla RCA però tutti sono colpiti dall'enorme successo commerciale di *Paranoid* dei Black Sabbath; i vertici chiedono pertanto a Wyper di concepire per loro una "nuova Vertigo". Come ebbe poi a dichiarare egli stesso "c'era una enorme pressione su di me per fare lo stesso alla RCA; io resistetti a lungo ma alla fine fui così sciocco da accettare".

Al momento di lanciare il nuovo marchio Wyper non cadeva certo dalle nuvole e, soprattutto, era ben conscio degli errori commessi dalla PhonoGram/Vertigo che non dovevano assolutamente essere replicati. In primo luogo dalla Neon vennero bandite le formazioni fantasma, ovvero quelle esistenti solo sulla carta come ad esempio alla Vertigo furono i Dr.Z o i Ben. Le band che firmavano con la Neon dovevano invece essere attive dal vivo e soprattutto avere già un seguito, anche piccolo e anche a livello solo locale, ma tale da poter costituire un punto

di partenza per il successo dell'album. Naturalmente anche per la Neon venne curata l'importanza dell'approccio visivo. L'immagine che caratterizzò le etichette fu quella della Venere del Botticelli, mentre per illustrare le copertine (tutte *gatefold*) venne ingaggiato Keef, al secolo Keith MacMillan, uno degli artisti visivi di maggior fama, grazie anche al lavoro già svolto proprio con la Vertigo. Wyper inoltre, rendendosi conto che la maggior parte degli acquirenti erano giovani cercò di porre in essere delle collaborazioni con le istituzioni universitarie, anche se non tutti furono d'accordo su questo, e i risultati furono alla fine modesti. Ancora, analogamente alla Vertigo, gli album venivano distribuiti (almeno inizialmente) a gruppi di tre, in modo da trarre il massimo profitto dalla campagna pubblicitaria ("se già conoscevi due dei gruppi davi al terzo il beneficio d'inventario" diceva Wyper). Il primo lancio pubblicitario fu effettivamente imponente con spazi pubblicitari acquistati in tutte le riviste del settore e le tre band coinvolte chiamate ad esibirsi in un concerto collettivo riservato agli addetti ai lavori all'Imperial College. Le tirature furono (almeno inizialmente) di 10.000 copie ed il risultato di vendita migliore dovrebbe essere stato quello di Chris McGregor che ne vendette circa 8.000. Alla