Francesco Facchinetti testimonial per il concorso Bacardi Oakheart Cup

francesco-facchinetti-b4c00431

Francesco Facchinetti ci parla dei giovani “Per capirli devi vivere in mezzo a loro” e lancia un messaggio... la musica è la mia droga. Non è quindi casuale la scelta da parte dell’azienda Bacardi di Francesco Facchinetti come uno dei tre testimonial del concorso Bacardi Oakheart Cup riservato ai giovani (leggi articolo pagina seguente).

Francesco è un personaggio eclettico: dalla musica, alla console, alla tv, abbraccia a 360 gradi tutto il mondo giovanile.

Ed è per questo, forse, che nonostante abbia trent’anni passati, mantiene quell’aria di eterno Peter Pan, ed è tanto amato dagli adolescenti.

Ne ha fatta di strada dj Francesco che dieci anni fa cantava “La canzone del Capitano”. Scoperto dal discografico Claudio Cecchetto, dopo anni dedicati al mondo musicale, si avvicina nel 2007 a quello della televisione, vincendo anche l’Oscar della Tv come rivelazione dell’anno.

Oggi invece è speaker radiofonico di successo, ma anche talent scount di giovani promesse come Frank Matano, show-man e blogger, Nesli, rapper italiano, Chiara Biasi, anche lei giovane blogger e Andrew Basso, illusionista di origini trentine.

“Spesso è difficile lanciare messaggi sul “bere responsabilmente” - spiega Francesco - o sui danni, talvolta irreversibili, che possono accadere se si sorpassano alcuni limiti. Alcol e droga, sono temi scottanti e delicati soprattutto da comunicare e far comprendere alla massa”.

Come si può lanciare un messaggio ai giovani in maniera davvero efficace?

Se vuoi comunicare con i giovani ed essere “uno di loro” devi cercare di entrare in contatto con loro, vivere il loro mondo e cercare di capire esattamente che cosa stanno cercando.

Se quello che vogliono rimane molto vicino all’estremo, cioè al border, al limite, perché tutto ci ha spinto all’estremo, dalla musica alla società, devi in qualche modo far capire loro che si può stare vicino al ‘bordo’ma senza superarlo, perché quando si passa quel limite poi è impossibile tornare indietro.

Far passare questo messaggio in mainstream è impossibile e fare campagne sul divieto a volte si rivela controproducente. Pertanto, la via di mezzo è vivere assieme a loro.

Cosa intendi esattamente per vivere assieme a loro?

Usare la musica per avvicinarsi a quel target. Io arrivo dalla musica, ho sempre fatto il dj, organizzo eventi, sono un produttore di musica elettronica, quindi vivo con loro. La musica è la mia evasione. Al giorno d’oggi fortunatamente nelle discoteche sta emergendo la parte più artistica: vivere la notte non più per sballarsi, ma per godere della musica suonata dai dj che sono oggi vere e proprie star.

Raccontaci la tua avventura di talent scout...

All’inizio ho aperto le porte di casa mia per gioco, facendo entrare tutti quei ragazzi che mi sembravano persone interessanti, di talento.

Poi è diventato un business, e anche io mi sono dovuto strutturare come una vera e propria azienda.

Con Chiara Biasi stiamo facendo un lavoro magnifico: in due mesi il suo blog ha centuplicato il fatturato per cui abbiamo dovuto costruire una struttura apposta per lei.
Su che cosa ti stai concentrando adesso in particolare?

La musica elettronica: in Italia ci sono una decina di progetti interessanti di gruppi di ragazzi con un’età che va dai 19 ai 32 anni. Abbiamo anche aperto un’agenzia, la Newco, che si occupa proprio di cercare talenti per poi gestire il booking e il managment dell’artista.

Da settembre a dicembre organizzeremo quattro eventi a Milano, presso gli studi di via Mecenate.

Faremo ballare 5000 persone. In via Forlanini, inoltre, gestiamo una discoteca, il Factory, dove organizziamo solo concerti rock (rock indipendente) hard core e punk.

Mi auguro di riuscire per il 2014 a organizzare un grande Festival di musica dance, techno ed electro. Stiamo anche lavorando su un progetto electro in italiano: abbiamo l’ambizione di raggiungere i risultati che si sono avuti con l’hip-pop negli ultimi due anni.

Sei spesso in giro per discoteche non solo italiane ma anche estere. Su che cosa deve puntare una discoteca in Italia per avere successo?

Deve puntare sulla parte artistica, altrimenti non funziona. Negli ultimi mesi anche locali con una matrice molto mainstream mi hanno chiamato perché hanno bisogno di una proposta artistica interessante. La gente va in discoteca oggi solo se sei capace di offrire loro delle serate spettacolari con artisti di fama internazionale e musica molto curata. Penso che il mondo della discoteca stia rinascendo. Guai a non cogliere questa opportunità!