# Nissan Juke Crossover Sounds sceglie il dj Albertino

048-mrc-0475-copia-ea59a512

Nissan presenta oggi la nuova campagna “Nissan Juke Crossover Sounds” che vede protagonista il modello Juke, Crossover compatto che unisce la cura del design alla tecnologia più all’avanguardia, un mix che rende la personalità di quest’auto dirompente e lontana dagli schemi. Lo stile crossover di Juke si esprime nella sua camaleontica capacità di calarsi in tutti gli scenari urbani e, con Albertino, di catturarne anche i suoni. Realizzato da Studio27 – hub creativa del gruppo Condé Nast Italia – il progetto si snoderà su diverse piattaforme e farà scoprire le sonorità che caratterizzano e riempiono il nostro paese. Il concept dell’operazione si basa infatti sul mondo della musica e vede Albertino – DJ, conduttore, presentatore e volto di Radio DJ – special Ambassador dell’iniziativa.

A bordo di Nissan Juke si addentrerà in otto città tra le più disparate in Italia alla ricerca dei suoni che le caratterizzano: Bologna, Firenze, Jesolo, Lecce, Milano, Napoli, Roma e Torino. Attraverso un accurato scouting sarà selezionato un Dj per ognuno di questi luoghi prescelti che accompagnerà Albertino nell’avventura, scoprendo, ascoltando e campionando i suoni che animano la quotidianità di queste realtà, caratterizzate da suoni diversi a seconda dell’ambiente, del paesaggio, della struttura urbana e delle attività principali. Ad ogni città verrà abbinata una delle personalizzazioni offerte dal programma “Nissan Design Studio”, che permette di “cucirsi addosso” il proprio Juke, scegliendo tra tantissime varianti di colore per gli interni e gli esterni. Le combinazioni scelte per Nissan Juke Crossover Sounds sapranno rappresentare al meglio la vivacità cromatica delle città italiane.

I campionamenti realizzati dagli artisti verranno elaborati per comporre brani con sonorità “Crossover”: verranno così create otto tracce originali e inedite in grado di contenere e interpretare il dna delle diverse città. Uno spaccato musicale delle realtà italiane, un mix di sonorità nate incrociando i suoni degli ambienti urbani attraversati da Juke in cui ogni città verrà rappresentata da un sound differente.

Bruno Mattucci, amministratore delegato di Nissan Italia afferma: *“Crossover è guardare al di là di ciò che già conosci, pensare oltre lo status quo. Innovare, spingersi avanti, lontano dagli schemi, fuori*

*dalle regole. Crossover, è quel mix ribelle che non ti aspetti. Con Nissan Juke Crossover Sounds, suoni, stili e visioni si uniscono per creare qualcosa di assolutamente inedito”*. *“Siamo entusiasti e fieri di aver potuto sviluppare per e con Nissan un progetto di tale portata innovativa. Con questa iniziativa infatti abbiamo avuto l’occasione di dimostrare le nostre capacità in innovazione, utilizzo delle nuove tecnologie e creatività mantenendo al centro il brand. Grazie anche alle piattaforme di brand Condé Nast, possiamo davvero parlare di attivazione di ogni canale di comunicazione così come oggi sul mercato, solo noi di Studio27 siamo in grado di fare”*, così Roberta La Selva, Senior Vice President Condé Nast Studio27.

Da questa esperienza sul territorio sarà inoltre realizzata una web serie: Albertino e gli artisti locali saranno seguiti durante il campionamento e l’esplorazione della città, in studio, durante la composizione del pezzo crossover originale e nei momenti di backstage. Per ogni città saranno realizzate due puntate che saranno visibili sulla digital platform dedicata www.jukecrossoversounds.it a partire da settembre. Oltre a questa piattaforma realizzata con GQitalia.it, Wired.it e Vanityfair.it che fungerà da collettore di tutti i materiali integrati per raccontare l’operazione a 360 gradi, è prevista una campagna TV e Radio con lo spot dedicato all’iniziativa da fine giugno, e la realizzazione di un canale dedicato sulla pure video platform www.CNlive.it. Attraverso la piattaforma www.jukecrossoversounds.it gli utenti potranno seguire in tempo reale l’avanzamento dell’operazione – con le puntate della web serie, le tracce crossover di ogni città, foto e video di backstage.