Jovanotti ti mette le ali

red-bull-jova-remix-session-e17cbacb

Le iscrizioni erano aperte sino allo scorso 31 agosto. I giochi ormai sono fatti. L’operazione di remix ideata da Red Bull in collaborazione con Jovanotti, a mente fredda, ancora oggi non risulta come qualcosa di banale: in fondo, dare vita a una nuova traccia richiede abilità tecnica e inventiva.

Il Lorenzo nazionale ha offerto un’occasione unica per mettere in gioco il talento di ogni dj e produttore con il “Red Bull Jova Remix Session”.

Il vincitore ha la possibilità di finalizzare il brano sotto la guida e i consigli dello stesso artista entro la fine dell’anno in uno dei Red Bull Studios (dove avrà tra l’altro a disposizione la migliore tecnologia e l’assistenza di personale tecnico esperto). Grazie a Helmut Cardile, On Premise Marketing Manager di Red Bull Italia, scopriamo da chi è partita e perché l’idea Red Bull Studios con Jovanotti.

“È stata un’idea dell’artista stesso, sempre alla ricerca di nuovi stimoli - spiega Cardile - Quest’anno è stato ospite a New York della Red Bull Music Academy e ha abbracciato totalmente la volontà del brand di coerenza e credibilità in ambito musicale”.

Su che base scegliete i vostri testimonial?

“Devono essere in sintonia con le qualità del brand e rappresentarle nel loro modo di essere e di pensare ‘Be Redbullish’.

Perché Jovanotti?

Quale artista (over 40, oltretutto) potrebbe rappresentare meglio il concetto di energia? Lorenzo è una macchina da guerra, non si ferma mai: curioso intellettualmente e ardimentoso fisicamente. Sempre pronto a sfidarsi e mettersi alla prova (vedasi il tour americano).

Avete mai pensato a un dj vero, come testimonial?

La parola testimonial per Red Bull è davvero fuorviante: per noi si tratta di ‘Friend of the Bull’ che realisticamente utilizzano la bevanda per la funzionalità che risiede in essa. Non abbiamo contratti con testimonial in essere, non è nella nostra natura. Per quanto riguarda i dj, collaboriamo con tutti i principali artisti al mondo. Anche in Italia siamo legati a moltissimi dj affermati ed emergenti, ma più che di partnership si tratta di rapporti di amicizia consolidata.

Quando secondo voi un dj è appetibile?

Quando fa buona musica.

Come vedete e vivete l’aumento costante di dj superstar?

Come una normale evoluzione del costume, una moda e nulla più.

Quale sarà il prossimo “friend” nel vostro roster? Un dj?

Non lavoriamo con un solo artista, i nostri amici oggi sono tantissimi. Tra questi ci sono cantanti, atleti, dj, produttori, designer e tutti coloro che esprimono creatività nel loro lavoro.

Avete mai pensato di aprire dei Red Bull Studios in Italia?

Sì, ma per ora è il luogo top secret.

Quali aspettative avete dal contest con Jovanotti (Jova Remix Session)?

Trovare dei nuovi talenti e dar loro… le ali.

Su che base patrocinate, sponsorizzate, brandizzate o organizzate eventi (notturni e diurni)?

Abbiamo i nostri title events (Red Bull Bc One, Red Bull Cliff Diving etc), serie internazionali oppure eventi locali; e in più supportiamo eventi in linea con la nostra filosofia di brand, funzionale, originale, unica.

Quali differenze notate tra la vostra rappresentanza italiana e quelle straniere?

Il mercato e la cultura spingono a soluzioni strategiche, adeguate caso per caso.

Siete famosi per il vostro marketing attento e aggressivo: siete d’accordo?

Attento, coerente, credibile e funzionale. Aggressivo… non tanto.

Quali rapporti (diretti) avete con i locali notturni?

Abbiamo una copertura quasi totale del mercato horeca serale italiano. Nei confronti dei nostri clienti ci poniamo come partner, non come fornitori. Abbiamo infatti un obiettivo comune: vendere più lattine per aumentare il fatturato e il profitto. Con ogni locale studiamo la giusta strategia per il successo.

Quando secondo voi un brand è vendibile?

Quando diventa un oggetto del desiderio, ispirazionale e allo stesso tempo tangibile, la componente partecipatoria ai nostri valori è un punto totale di forza.

Il mondo della notte ha realmente bisogno di sponsor o soprattutto di semplici consulenze?

Avere dei partner è fondamentale: Red Bull si pone come tale per il mondo della notte, soprattutto in momenti come questi dove la crisi si fa sentire.