Si può vivere senza pr?

costez-2-ac6fa6ca

di Lorenzo Tiezzi

Discobar e dintorni. Cosa succede in città, e in provincia, sul fronte della comunicazione. È la qualità alta il miglior passaparola? La crisi della discoteche è reale. Lo dicono i numeri e lo racconta la notorietà crescente di Festival e Top Dj. Mentre questi ultimi crescono (David Guetta ha 50 milioni di fan su Facebook, i dj del Tomorrowland spopolano), le disco sono in difficoltà, soprattutto nel creare 'grande kermesse' ogni weekend. Tra un salto al Sensation White e un evento in spiaggia, spesso i frequentatori oggi preferiscono 'riposare' le orecchie e fare un salto al discobar, ovvero in un luogo in cui tutto è 'easy'. L'ingresso è libero (o quasi), non bisogna perder tempo a chiamare i pr. E tra l'altro la qualità musicale non è inferiore a quella delle disco da grandi numeri, mentre i cocktail sono preparati con cura.

"Da noi suonano dj di buon livello come Sergio Mauri, Maurizio Gubellini e Gianluca Motta ed i prodotti che serviamo sono di prima qualità", raccontano Paolo (41) e Francesco Battaglia (28), creatori dell'Hotel Costez di Cazzago (Bs), del MamaMia di Palazzolo (Bg) e di tanti altri locali di successo in Franciacorta e non solo. Entrambi i locali vengono rinnovati ad ogni stagione, vengono frequentati al posto delle classiche disco (aprono solo nel weekend) e funzionano senza pr. "Non abbiamo ruoli predefiniti, ci occupiamo entrambi di tutte le questioni, ma è naturale che sia io a prevalere in ambito gestionale, mentre Francesco, più giovane, sia il punto di riferimento della clientela più giovane", spiega Paolo. Per l'estate 2014, dopo i successi degli anni scorsi all'ex Dylan di Coccaglio, i Battaglia gestiranno il venerdì notte dell'immenso Number One di Corte Franca (Bs), un locale da diverse migliaia di persone. Segno che i gestori capaci possono spaziare. "Stiamo ancora decidendo la formula, ma sicuramente il costo dell'ingresso sarà basso ed offriremo grandi dj pur senza pretendere di far concorrenza ai grandi eventi. Non l'abbiamo mai fatto, il nostro forte è proprio la semplicità", concludono. Restando in zona, uno dei locali serali di maggior successo è il nuovo Papeete Café di Urgnano (Bg). Dall'aperitivo a notte fonda, dal martedì alla domenica, il nuovo locale, figlio della "spiaggia più famosa d'Italia", ne riproduce l'atmosfera "carica" e solare. Al microfono c'é Manuel

Shock, vocalist ed icona nottambula nata al Bolgia, una disco ‘trasgressiva’, segno che il muro tra locali ‘commerciali’ ed ‘elettronici’ si può abbattere.

A Torino, dopo le difficoltà ai Murazzi, il quartiere più vivace è senz’altro San Salvario, dove la formula discobar/music bar viene concretizzata in modalità diverse da molti spazi, tutti di successo: le Lavanderie Ramone propongono la formula live rock + dj set. L’Astoria si definisce Night Club e punta sull’underground, visto che oltre al bar al pian terreno ha anche un Basement che ospita dj set e concerti. L’ingresso alla ‘cantina’ di solito è libero ma selezionato, una formula che in certi contesti sta prendendo piede. A Roma i discobar di Ponte Milvio e Piazza Bologna non si contano e dall’Apericena in poi c’è pure chi si muove a tempo. “A giugno apriremo per il sesto anno il Magick Bar”, racconta Giancarlino, 49 anni, gestore dello storica disco Goa e creatore di un dj bar sul Tevere in cui l’ingresso è sempre libero, la musica è ottima e la gestione ‘rilassata’. “La Siae costa poco, non abbiamo ‘sulle spalle’ i cachet da migliaia di euro dei dj guest e possiamo lavorare mentre gli amici vengono a trovaci”, racconta.

Anche nelle grandi città del nord i discobar funzionano, eccome. “Dopo tanti anni in grandi locali come il Tenax, l’Amnesia ed il Café Solaire, ogni weekend porto la mia musica in spazi più piccoli. A Milano, in club come il Bonaventura ed il 4Cento”, racconta Bruno Bolla, 50 anni, tra i più storici e raffinati dj italiani. “Nel primo locale, che è davvero piccolo (la capienza è di circa 100 persone) suono ogni venerdì col mio progetto Blacktronic. L’ingresso è sempre libero e si può anche cenare, come al 4Cento dove invece suono il sabato. Qui l’ingresso per chi arriva dopo mangiato costa solo 10 euro con consumazione ed il target del pubblico è over 30. Nelle discoteche l’età media si è davvero abbassata molto, per cui per locali di questo tipo c’è spazio”.

Gigi Giordano, 35 anni, da sempre gestore di locali e oggi in forza al gruppo che gestisce il locale nato all’interno di Villa Costa e il nuovissimo ristorante show dinner A’ Cala sul porto turistico della città, dice: “A Palermo la situazione è molto variegata”. Le discoteche sono in grave difficoltà? “Soprattutto da quest’anno. Per via della concorrenza dei discobar. Ma questi ultimi si fanno una guerra spietata tra loro, a colpi di buffet, pr e dj non sempre eccellenti. Il problema è che in quartieri come Ballarò e Vucciria la concorrenza è sleale: tanti magazzini sono stati trasformati in ‘locali’ in cui si beve birra o vodka a prezzi stracciati”. Ma lo spazio per proporre serate di qualità c’è comunque. “A Villa Costa l’ingresso è sempre libero e si balla ogni venerdì, sabato e domenica sera. Chi beve spende 7 euro e mi sembra si diverta, visto che poi torna. Spesso, anche da noi, le serate sono gestite da gruppi di pr esterni con cui il locale collabora”.

I pr non spariscono, si specializzano

La figura del pr da discoteca sta subendo una trasformazione lenta ma radicale. C’è chi si occupa di ‘riempire’ i locali e chi invece procura sponsor e crea connessioni. Riccardo Vecchi appartiene senz’altro alla prima categoria. Quando rappresenta il lato più folle del locale della sua famiglia, il Bolgia di Osio Sopra (Bg), si fa chiamare Supertato, un supereroe al servizio del divertimento. Ogni giovedì alle 13.30 sulle sue pagine Facebook (e non su quella ufficiale del locale, secondo una strategia piuttosto raffinata) pubblica un video in cui lascia emergere problemi e frustrazioni dei più giovani. “Non conta solo la pubblicazione degli eventi su Facebook e far sapere chi suona col giusto anticipo”, racconta. “Funzionano video 'bomba', ovvero divertenti da vedere e pure da girare e frasi ad effetto che creano già l'atmosfera della serata prima che cominci. Nei video faccio ‘il clown’.. ma lo faccio per mettere al centro i nostri ospiti, non solo i top dj. La musica è solo una parte del Bolgia”. Lo slogan di Supertato è “Alla Grande” e visti i risultati sempre crescenti del Bolgia, sembra proprio azzeccato. Sia chiaro, il locale non trascura altre attività di marketing off line. Ad esempio, spesso in giro per Brescia e Milano si trovano adesivi con la faccia dello stesso Supertato. “Senza Facebook oggi non si vive, ma continuiamo ad avere un sacco di pr. Alcuni di loro puntano tutto su Facebook, altri no. E poi ci sono i flyer, che distribuiamo in tante, tante città”, conclude. Completamente diversa è la figura di Davide Tosi. Oltre ad occuparsi di comunicazione e marketing ad alto livello, da quest’anno gestisce il Sofia, una grande discoteca di Fondi (Lt). E la prossima estate, oltre a dar vita all’estivo del Sofia (il Sombrero a Terracina), dopo tanti anni, tornerà da protagonista come pr al Sottovento di Porto Cervo. “Il mio lavoro per il locale consiste nel creare connessioni tra il locale, i potenziali sponsor, i media, i clienti più esigenti, spesso non italiani. In Italia, nelle aziende vere e proprie, esiste sempre la figura del pr, o delle Relazioni Esterne, o Relazioni Pubbliche”, spiega. “Il mio lavoro è proprio questo. Ho iniziato a 14 anni e ha girato l’Italia facendo questo lavoro, passando da locali elettronici come l’Insomnia di Pisa a luoghi chic come Atlantique ed Old Fashion a Milano”. Un vero pr, insomma sa anche di marketing. “Certo! Uno dei motivi della crisi attuale è proprio l’improvvisazione di chi non sa lavorare per chi si fa chiamare pr o peggio Art Director”.