

# Rolling Stone Italia

## Eminem & Paul Rosenberg

IL RE DELL'HIP HOP  
E IL CEO DI DEF JAM:  
VENT'ANNI DI  
SUCCESSI

## Superorganism

AVANTI POP,  
ALLA RISCOSSA!

## Onda Trap

LE FEMCEES  
ITALIANE

+  
ACHILLE LAURO  
& SAMBA TRAP



MARZO 2018 · ANNO 2  
PREZZO € 5,00  
MENSILE · N. 4

P.I. 15/03/2018

# Laura Pausini

FACCIO QUELLO CHE SONO

ISSN 2532-9677



9 772532 967007



# Punk For Business

**Curiosità, empatia e tanta musica**

TESTO DI  
TOMMASO TOMA

Questo è un bell'esempio di come oggi in Italia si possa creare un'azienda creativa seguendo una strada in partenza in salita come un'attitudine anticonformista, una passione (la musica) e perché no, scegliendosi un nome che avrebbe potuto destare poca rassicurazione in un potenziale cliente.



↑  
 Concerto Kasabian  
 Live il 30 maggio  
 2013 a Piazza  
 Duomo, Milano

In breve tempo i ragazzi di **Punk for Business** (che fanno parte di Worldwide Shows Corporation Spa) hanno creato eventi di grande impatto sul pubblico: le performance dei Motel Connection affacciati dalle finestre dei palazzi di tutta Italia e il *Wired Next Fest 2016* in pieno centro di Milano. Abbiamo bussato alla porta di Tomaso Cavanna che con il suo contagioso sorriso ci ha accolto e spiegato questo miracolo italiano.

**Siete un'agenzia che in pochissimo tempo si è imposta sul panorama degli eventi legati alla musica, ci raccontate di più di questo miracolo?**

Tutto è nato cinque anni fa, anzi sei se parliamo dei primi stimoli, perché certe idee erano nate in compagnia dell'amico e nostro scenografo Luigi Maresca mentre eravamo a Venezia ad ammirare alcune installazioni alla Biennale Arte. Quindi, un anno dopo, io e Simona Muti ci siamo licenziati nello stesso giorno io dalla Universal, la major per cui lavoravo, e Simona da MTV. Insomma mica due "azienducce", e avevamo un contratto a tempo indeterminato... Ma io avevo trovato il coraggio di fare questo passo anche perché prendevo come esempio imprenditoriale quello che stavano facendo tre ragazzi della Warner UK che dopo aver lasciato il loro posto di lavoro sicuro, si sono messi in pro-

prio fondando un'agenzia che in poco tempo aveva avuto successo. Con Punk for Business abbiamo seguito quel tracciato, individuando un'area relativamente scoperta nel panorama degli eventi italiani e di sicuro la mia esperienza nel settore "eventi e sponsorizzazioni" con la Universal e Sony Music mi è servita moltissimo all'inizio del percorso con l'agenzia.

**Qui dentro si respira un'aria rilassata e piacevole, tutti hanno il sorriso, non sembrano dei punk. Però in effetti percepisco quel senso di atipicità e non allineamento agli stilemi classici che si possano percepire entrando in una qualsiasi azienda. Alla fine queste erano alcune delle caratteristiche del movimento punk.**

Il termine "punk" l'abbiamo fatto nostro perché aiuta a far capire la modalità di connessione che io e il nostro team abbiamo con gli artisti musicali: è un'attitudine "senza filtri", con gli artisti cerchiamo di parlare il loro stesso linguaggio, tendendo a cogliere a 360° il meglio del loro talento. Per farti un esempio, sono cinque anni che collaboriamo con Saturnino, facendogli fare il direttore creativo, il DJ, il musicista. I miei 12 anni in discografia sono stati la mia "seconda

università” dopo Giurisprudenza. Ho lavorato con Universal nel periodo in cui si vendevano davvero i dischi e lì avevo cominciato a interagire con i brand e gli artisti e ti assicuro che non era una cosa semplice, oggi - in generale - le cose sono totalmente cambiate. Il peso che devi dare all'artista e al brand deve essere il medesimo: il plus è condividere con gli artisti le idee e i risultati saranno più efficaci.

**Nel 2017 avete avuto dei riconoscimenti molti importanti: nell'ultima edizione del prestigioso premio BEA Italia siete risultati la migliore agenzia d'Italia e vi siete aggiudicati 5 medaglie d'oro. Orgogliosi, no?**

Di più, anzi talvolta sono quasi stupito, se pensi che siamo partiti in tre, poi siamo arrivati lo scorso anno ad avere 15 dipendenti e presto raddoppiamo nei nuovi uffici... Non ti nascondo che tra le prossime sfide ci sarà il mercato estero. Abbiamo fatto una sorta di “prova generale” organizzando con Francesco Vezzoli a Parigi la festa per i 40 anni del Centre Pompidou: è stato davvero emozionante! Sai anche da cosa abbiamo capito che i risultati stanno arrivando? Adesso i brand arrivano chiedendoci di fare qualcosa davvero con un taglio “Punk for Business”: questo è il massimo del piacere.

**A questo punto svelaci quali sono le componenti essenziali per trovare la via del successo.**

La musica *in primis* e poi - come notavi tu entrando qui da noi - sono un seguace dello star bene e dell'essere positivi, due fattori essenziali per un creativo. Poi c'è sempre attiva la modalità della curiosità: faccio sempre mettere in nota spese dei miei ragazzi anche le loro uscite ai concerti e alle mostre. Infine c'è un elemento anche di irrazionalità: noi diciamo sempre che “l'impossibile è possibile”.

**Un luogo dell'Italia dove vorresti andare e creare un evento magnifico?**

Mi stai parlando della nazione più bella del mondo! Dovunque andiamo abbiamo una grande fortuna, un desiderio ce l'ho io sono nato a Venezia e mi piacerebbe organizzare più eventi lì e poi mi piace-



↑  
Vertical Stage All Stars, Milano, 2013

→  
Chemical Brothers, Market Sound, Milano, 2016

—

**IL PESO CHE DEVI DARE ALL'ARTISTA E AL BRAND DEVE ESSERE IL MEDESIMO: IL PLUS È CONDIVIDERE CON GLI ARTISTI LE IDEE E I RISULTATI SARANNO PIÙ EFFICACI.**

—

rebbe fare un evento a L'Aquila, per riaccendere i riflettori su una magnifica città. Portare un po' di bene sarebbe una buona missione per il futuro.

**Dimmi tre show dei vostri che ti hanno lasciato il segno.**

I Kasabian con una Piazza del Duomo di Milano gremita di ragazzi. Ti racconto un aneddoto. Loro avevano suonato anni prima al Flippout festival di Bologna e dovevano ripartire da Milano, prima di farlo Sergio, Tom e il management si sono fermati nelle prime ore del mattino sulla scalinata del sagrato del Duomo e si sono detti: «Un giorno suoneremo qui!». Ovvio che quando proposi





↑  
Tomaso Cavanna  
riceve uno dei  
nove premi BEA  
2017



alla band di suonare in quel contesto, nonostante fossero fermi in quel momento e noi non eravamo ancora un'agenzia di successo, mi dissero immediatamente di sì! Il "Vertical Stage All Stars" in corso Europa: 16 artisti in 9 balconi, organizzato in una ventina di giorni con il comune di Milano che ci ha davvero aiutato. Abbiamo chiesto di deviare diverse linee di autobus e a diverse ambasciate della zona il permesso di "invadere i loro spazi", abbiamo cablato un intero palazzo, occupato un intero hotel... E poi i Subsonica da una terrazza con l'affaccio su Piazza del Duomo - sempre di Milano - loro dovevano fare la performance alle

sei del pomeriggio. Alle cinque non c'era nessuno e ho pensato "ragazzi, qua chiudo l'agenzia" e poi, pam! Alle sei precise sono accorse migliaia di persone.

**Per chiudere, dicci qualche anticipazione.**

—  
**«ADESSO I BRAND ARRIVANO CHIEDENDOCI DI FARE QUALCOSA DAVVERO IN STILE "PUNK FOR BUSINESS". QUESTO È IL MASSIMO DEL PIACERE»**  
 —

Stiamo lavorando alla quarta edizione di "Radio City", ovvero il festival internazionale delle radio. Questo progetto è un esempio di un altro settore che stiamo sviluppando, ovvero quello dei format di nostra proprietà. "Radio City" è un progetto al quale stiamo lavorando a quattro mani con Filippo Solibello di Rai Radio 2 che ne è anche il curatore. Faremo anche un grande evento a Napoli, a giugno e organizzeremo noi la prossima edizione del Bea Italia, come tradizione l'agenzia vincitrice ha questo compito. Ma soprattutto la cosa più bella per questo 2018 lo ripeto, è passare da 15 a 30 dipendenti. ■