

MUSIC MAKING PRIZE

Conclusa la prima edizione di Music Making Prize, il premio della filiera musicale

Tra i premiati: i team di professionisti di Island Records, Sony Music Italy, Universal, Asian Fake, Carosello Records, DME e Pluggers, oltre a Sugar per il Premio all'Internazionalizzazione e a Sara Potente, A&R Manager Sony Music Italy, per il Keychange Inspirational Award



Milano, 22 Novembre - Si è tenuta ieri, **21 novembre 2019**, a BASE Milano, all'interno di Linecheck Music Meeting and Festival e in occasione di Milano Music Week, la cerimonia di premiazione di **Music Making Prize**, il primo award in Italia a valorizzare le diverse figure professionali attive nel mondo della discografia.

Il premio, nato dall'esigenza di aprire la riflessione sull'innovazione della filiera musicale, è promosso da **PMI**, **AFI** e **FIMI**, in collaborazione con **Milano Music Week**, **Linecheck** (event partner) e **Rockol** (media partner).

MUSIC MAKING PRIZE

A essere **premiati durante la cerimonia sono stati dunque i professionisti**, interni o esterni a una etichetta discografica, dai produttori musicali ai grafici e art director, coinvolti nella realizzazione di un progetto musicale discografico, valutato per le soluzioni originali, qualitative e di maggior impatto.

Il premio riconosce infatti l'importanza e la centralità di **una logica manageriale "a progetto"** nella gestione del prodotto musicale, anche alla luce del processo di digitalizzazione del settore, e mette al centro **le diverse figure professionali e i diversi ambiti di lavoro** di un'etichetta contemporanea che deve saper supportare il progetto artistico su di un fronte ampio e mutevole.

Ecco i progetti discografici vincitori e i team di professionisti che hanno ricevuto gli award della prima edizione di Music Making Prize:

PREMIO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Un premio speciale che la giuria ha deciso di istituire per valorizzare i progetti che hanno ottenuto rilievo e prestigio a livello internazionale grazie a strategie di export e di promozione estera particolarmente efficaci.

Progetto vincitore: Andrea Bocelli – Sì

Label Proponente: Sugar

Professionisti premiati:

Caterina Caselli Sugar – Presidente - Sugar

Filippo Sugar – Chairman & CEO - Sugar

Elisabetta Biganzoli – Executive Director - Sugar

Nicoletta Zagone – Head of Communication - Sugar

Paola Cacciarelli – Head of Publishing – Sugar

Francesco Pasquero – International Manager

Marianna Petruzzi - MN Ufficio Stampa

Alberto Locatelli - Artist Digital Development

Stefano Scozzese - Grafico

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di assegnare un premio speciale all'internazionalizzazione ad Andrea Bocelli e al team di Sugar, che da anni lavora nella promozione del progetto in tutto il mondo.

L'artista con il suo album “Sì” ha scalato le classifiche internazionali, e ha conquistato la prima posizione nelle classifiche USA e UK, un traguardo mai raggiunto prima da un artista italiano, superando anche l'acclamato “A star is born”. L'album ha ricevuto la candidatura ai Grammy 2020. La giuria di Music Making Prize ha valutato il progetto meritevole di menzione per l'efficacia delle

MUSIC MAKING PRIZE

strategie messe in campo da Sugar per la promozione in un contesto complesso come quello internazionale.

Tra queste:

- featuring con artisti internazionali (Dua Lipa, Ed Sheeran, Josh Groban);
- evento promozionale ai Capitol Studios di Los Angeles per press e influencer USA;
- anteprima mondiale radiofonica su BBC2;
- performance live in tv USA (Jimmy Kimmel Live!, Dancing With the Stars, Good Morning America, Tonight Star);
- distribuzione mondiale in formato digitale e fisico;
- operazioni di marketing con grandi catene retail americane, tra cui Barnes & Noble e Walmart, con prodotto speciale per Target.”

PREMIO AL MIGLIOR PROGETTO DI CATALOGO

Un premio speciale che la giuria ha deciso di istituire per valorizzare la scelta e la realizzazione da parte delle label di operazioni di riedizione, remastering e ristampa di album già editi e sul mercato.

Progetto vincitore: Verdena – 20th Anniversary Remastered Edition

Label proponente: Universal

Professionisti premiati:

Massimo Battaglia – Universal Music Italia

Davide Benetti – A&R – Universal Music Italia

Lucia Santarelli – Ufficio Stampa e Comunicazione – Universal Music Italia

Comunicazione:

Nora Bentivoglio – Management e Comunicazione – Fleisch Agency

Ivan Butera & Valeria Necchi – Social Media - imSocial

Art Direction:

Paolo De Francesco – Moltimedia

Remastering:

Giovanni Versari

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di istituire un premio speciale dedicato ai progetti di catalogo delle label a fronte delle candidature pervenute, che segnalano come le riedizioni di progetti già editi siano operazioni

MUSIC MAKING PRIZE

discografiche da costruire con strategie mirate, fondamentali sia per le label che per il pubblico. Il premio è stato assegnato alla riedizione rimasterizzata di “Verdena”, l’omonimo album di esordio dei Verdena, pietra miliare del rock alternativo italiano: uscito 20 anni fa, rappresenta i linguaggi sonori innovativi della fine degli anni ‘90 e per questo motivo risulta ancora attuale. Ne incarna l’essenza questa nuova pubblicazione, arricchita da b-side, brani live, brani demo, per un totale di 3 LP distribuiti anche in formato fisico, supportata da una strategia di comunicazione social efficace e da un’attività di ufficio stampa tarata sulle peculiarità del progetto.”

PREMIO ALLA STRATEGIA DI MARKETING

Premio per la migliore strategia di vendita e/o promozione degli ascolti in streaming attraverso lo studio e la pianificazione di tempistiche di uscita, canali di distribuzione, eventi e concerti promo dal vivo.

Progetti vincitori: Ex aequo

1) Roberto Vecchioni – L’infinito

Label proponente: DME

Professionisti premiati:

Danilo Mancuso – CEO, Project Manager – DME

Chiara Olivieri – Coordinamento Progetto – DME

Michele Ricciardi – Coordinamento Progetto – DME

Alessandro Cavaliere – Coordinamento Creativo – DME

Claudio Ferrante – Distribuzione - A1 Entertainment

Gessica Giglio – Ufficio Stampa e Promozione TV – Catino&Giglio

Andrea Vittori – Promozione Radiofonica – MA9 Promotion

Ivan Butera – Social Network - imSocial

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di premiare il progetto di Roberto Vecchioni, “L’infinito”, per l’efficacia della strategia di distribuzione. Il piano di distribuzione e marketing ha puntato esclusivamente sulla distribuzione del supporto fisico in cd e vinile, una decisione che ha valorizzato la natura di *concept album* del prodotto, profondamente legato alla canzone d’autore.”

2) Coma_Cose – Hype Aura

Label proponente: Asian Fake

MUSIC MAKING PRIZE

Professionisti premiati:

Filippo Palazzo – CEO – Asian Fake

Matteo Mazzetti – Project Manager – Asian Fake

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di premiare il progetto Coma_Cose con “Hype Aura” per l’efficacia della strategia di digital marketing, che ha previsto l’uscita dell’album sulle piattaforme in concomitanza con l’inizio del tour. L’obiettivo di catalizzare l’attenzione sulla band è stato raggiunto facendo seguire all’uscita del disco anche un intenso tour di in store: di particolare rilievo è il firmacopie di Milano, al chiosco della stazione Garibaldi, per l’occasione tutto brandizzato Coma_Cose.”

PREMIO ALLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Un premio per l'utilizzo innovativo, integrato e creativo dei diversi canali di comunicazione: online (social network, web, influencer) e offline (eventi promozionali, ufficio stampa, pr, outdoor, viral).

Progetto vincitore:

Coez – È sempre bello

Label proponente: Carosello Records

Professionisti premiati:

Giulia Mazzetto – Coordinamento Progetto – Carosello Records

Irene Caspani – Coordinamento Progetto – Carosello Records

Lorenzo Sito – Promozione radio – Carosello Records

Silvano Albanese / Coez – Artista

Tommaso Biagetti – Digital Creative and Social Media Manager

Giulia Trippa – Ufficio Stampa - Goigest

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di assegnare il premio alla migliore strategia di comunicazione al team responsabile della promozione di “E’ sempre bello” di Coez, per la potenza della strategia on e offline

e la creatività delle attività realizzate per condividere l’album “in analogico” prima ancora della sua uscita. Tra le proposte chiave:

- inizio dell’attività di teasing 5 settimane prima dell’uscita;

MUSIC MAKING PRIZE

- campagna di affissioni e maxi-affissioni outdoor con slogan scelti dai versi delle canzoni;
- proiezione del video del primo singolo a Milano e Roma, in contemporanea, in luoghi nevralgici delle due città e release party al dazio Levante dell'Arco della Pace di Milano: una festa per addetti ai lavori, media, artisti;
- accordo con catena di fast food Burgez con kit brandizzato Coez."

PREMIO ALLA DIREZIONE CREATIVA

Un riconoscimento mirato a mettere in luce la coerenza e l'efficacia della comunicazione visiva legata a un progetto discografico, sia a livello di concept creativo generale, sia a livello delle sue declinazioni concrete, nelle sue coniugazioni visive e narrative: artwork, shooting, styling, videoclip.

Progetto vincitore:

MYSS KETA – PAPRIKA

Label Proponente: Island Records / Universal Music Italia

Professionisti premiati:

Jacopo Pesce – A&R / Direttore – Island Records

Dario Pigato – Motel Forlanini

Myss Keta – Artista – Motel Forlanini

Simone Rovellini – Regista – Motel Forlanini

Stefano Riva – Producer – Motel Forlanini

Motivazioni della giuria:

"La giuria ha deciso di premiare il progetto MYSS KETA per la coerenza tra identità del progetto e le sue declinazioni visive: nata con una personalità particolarmente marcata, l'artista si è imposta come uno degli elementi maggiormente rappresentativi della cultura underground milanese, una peculiarità fedelmente riprodotta attraverso la qualità e la coerenza di styling, artwork, shooting e videoclip; nonché dell'originalità della proposta visuale e dell'immaginario di riferimento, fedele al dichiarato impegno verso i diritti civili e le questioni di genere, l'esaltazione di una cultura liberale, i valori di inclusività individuale e sociale."

PREMIO ALL'IDENTITÀ ARTISTICA

Premio al progetto discografico in grado di valorizzare l'identità artistica del protagonista, ovvero un progetto che ha forte potere comunicativo, spiccata personalità ed è sostenuto da un percorso di storytelling fortemente evocativo.

MUSIC MAKING PRIZE

Progetto vincitore:

Massimo Pericolo – Scialla Semper

Label proponente: Pluggers

Professionisti premiati:

Oliver Marco Dawson – Manager, Project Manager – Pluggers

Jorge Koki Flores – Ufficio Stampa, Comunicazione, Project Manager – Pluggers

Francesco “Crookers” Barbaglia – Produttore Musicale, Direttore Artistico

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di assegnare il premio al team di Pluggers per coerenza, particolare efficacia della comunicazione del progetto, autenticità del personaggio e capacità di creare uno storytelling incisivo e mai scontato. Grazie al team che non ne ha tradito l'essenza, Massimo Pericolo, con l'immaginario di riferimento della vita di provincia, autentico e non artefatto, ha creato un linguaggio innovativo fortemente identitario, e per questo mai banale, bensì emotivo e di impatto, uscendo dai cliché del rap e segnando un punto di svolta fondamentale nel genere in Italia.”

PREMIO ALLA PRODUZIONE ARTISTICA

Il premio più tecnico esalta il livello di innovazione degli arrangiamenti dei brani, la scelta dei suoni, la scrittura dei testi, la composizione dell'album (scelta della scaletta, durata), le scelte del produttore discografico e quelle del direttore artistico.

Progetto vincitore:

Machete – Machete Mixtape 4

Label proponente: Sony Music Italy

Professionisti premiati:

Eleonora Rubini – Product Manager – Sony Music Italy

Production: Salmo (Maurizio Pisciotto); Slait (Ignazio Pisano); Hell Raton (Manuel Zappadu)

Mix e mastering: Andrea Suriani

Sound Engineering: Low Kidd (Lorenzo Paolo Spinosa)

MUSIC MAKING PRIZE

Motivazioni della giuria:

“La giuria ha deciso di assegnare il premio per la migliore produzione artistica a Machete Mixtape 4. Il progetto si è distinto per la forza assemblativa di un lavoro artistico di un collettivo storico, una

famiglia che negli anni ha consolidato la propria formula musicale, di marcata identità sonora, e l’ha resa profondamente innovativa e di rilievo nel panorama nazionale. Il risultato è un progetto che rappresenta la crew come gruppo coeso e non più come singolo artista, attraverso l’attitudine creativa e la qualità di un album univoco.”

KEYCHANGE INSPIRATIONAL AWARD

Il premio nasce dall’esigenza di premiare una figura femminile dell’industria musicale che si sia distinta sia per il suo percorso professionale, sia per l’impegno nelle tematiche di genere. L’award porta il nome di Keychange, progetto internazionale volto a favorire l’uguaglianza di genere e l’inclusione nella music industry.

Professionista premiata:

Sara Potente, A&R Manager, Sony Music Italy