

Eros Ramazzotti è il primo artista italiano che sigla un accordo globale per la sua musica

Di **Eduardo Giometti** - 17 Novembre 2021



Eros Ramazzotti è il primo artista italiano che sigla un accordo globale per la sua attività artistica nel mondo

Eros Ramazzotti è il primo artista italiano che sigla un accordo globale per la sua attività artistica nel mondo: un **deal che è una novità assoluta e che vuole restituire priorità ad un modo di godere della musica** che sia il più possibile immersivo e che offra soprattutto un'esperienza a 360 gradi per i fan. Un agreement tra **Radiatorama** – la storica struttura che produce tutta l'attività artistica di Ramazzotti – e **Vertigo**, società italiana facente parte del gruppo **Eventim Live International**, il colosso tedesco dell'entertainment.

Per la prima volta un artista italiano condivide con un soggetto unico, leader nella produzione del live, **tutti gli aspetti relativi alla sua carriera**. Attraverso questo accordo innovativo, **tutte le attività saranno quindi armonizzate** con un obiettivo condiviso e comune: dalla discografia ai concerti, dalle sponsorizzazioni ai diritti televisivi. La **scommessa** alla base di questo agreement è apportare **profonde innovazioni al modo di fruire la musica**, raggiungendo direttamente i fan con delle **operazioni ad hoc** pensate per offrire un'immersione totale nel mondo di Eros.

Radiatorama e Vertigo scelgono così di **abbracciare anche tutti gli aspetti della discografia per avvicinare l'utente all'artista** puntando su una visione a 360 gradi che **esalti l'esperienza fisica oltre a quella digitale**: il fan potrà ad esempio acquistare un biglietto per un concerto ed accedere allo stesso tempo in modo prioritario all'acquisto di dischi, di particolari edizioni limitate o ad esperienze esclusive riservate.

Un accordo che vuole essere **rivoluzionario** rispetto al modello *fast* su cui si basa la musica odierna: l'accordo infatti **voleva tornare alle radici di una passione comune** – quella tra artista e fan – in cui per esempio poter godere di un oggetto prezioso, come il cd o il vinile, è di fondamentale importanza per costruire un'esperienza *totale* della

musica. Una nuova modalità di progettare l'attività artistica di Eros dunque, che sradica lo *status quo* della musica italiana nel mondo.

"E' una sfida che abbiamo accolto con entusiasmo e che affronteremo con convinzione" – afferma **Andrea Pieroni, CEO di Vertigo** – *"Eros è un artista unico, che amiamo da sempre e siamo felici che sia pioniere con noi di questo nuovo modo di vivere la musica"*. *"Con questo accordo Ramazzotti conferma di essere una delle priorità mondiali di Vertigo, ed è il primo italiano a testare una nuova forma di mercato tracciando delle strade per la distribuzione a 360 gradi della sua musica nel mondo"* – continua **Gaetano Puglisi, manager di Ramazzotti a capo di Radiorama** – *"Desideriamo riportare in auge un modo totale e completo di intendere l'esperienza musicale. Vogliamo cambiare le regole della music industry ripartendo dalla dimensione che più caratterizza l'artista ovvero il live: è un modello in cui crediamo fortemente"*. Per gli aspetti legali e la finalizzazione dell'accordo Vertigo è stata assistita dall'Avv. Giovanni Zilli (Of Counsel di Unistudio Legal & Tax) e Radiorama dall'Avv. Michele Scola. La **release del nuovo album** di **Eros Ramazzotti** è fissata per i primi mesi del 2022 e il **World Tour** è previsto per l'autunno.

Eduardo Giometti

Laureato in discipline dello spettacolo e della comunicazione di Pisa con una tesi dal titolo: Talent show: musica a servizio dello spettacolo. Appassionato di musica, soprattutto italiana, e di concerti.



MUSICA

Eros Ramazzotti e Vertigo, un accordo che cambia il mondo della musica

17 nov 2021 - 12:51

©Kika Press

P

er la prima volta un artista italiano condivide con un soggetto unico, leader nella produzione del live, tutti gli aspetti relativi alla sua carriera

Eros Ramazzotti è il primo artista italiano che sigla un accordo globale per la sua attività artistica nel mondo: un *deal* che è una novità assoluta e che vuole restituire priorità ad un modo di godere della musica che sia il più possibile immersivo e che offra soprattutto un'esperienza a 360 gradi per i fan. Un agreement tra **Radiorama** - la storica struttura che produce tutta l'attività artistica di Ramazzotti - e **Vertigo**, società italiana facente parte del gruppo **Eventim Live International**, il colosso tedesco dell'entertainment. Per la prima volta un artista italiano condivide con un soggetto unico, leader nella produzione del live, tutti gli aspetti relativi alla sua carriera. Attraverso questo accordo innovativo, **tutte le attività saranno quindi armonizzate** con un obiettivo condiviso e comune: dalla discografia ai concerti, dalle sponsorizzazioni ai diritti televisivi.

La scommessa alla base di questo agreement è apportare profonde innovazioni al modo di fruire la musica, raggiungendo direttamente i fan con delle operazioni ad hoc pensate per offrire un'immersione totale nel mondo di Eros. Radiorama e Vertigo scelgono così di abbracciare anche tutti gli aspetti della discografia per avvicinare l'utente all'artista puntando su una visione a 360 gradi che esalti l'esperienza *fisica* oltre a quella digitale: il fan potrà ad esempio acquistare un biglietto per un concerto ed accedere allo stesso tempo in modo prioritario all'acquisto di dischi, di particolari edizioni limitate o ad esperienze esclusive riservate. Un accordo che vuole essere rivoluzionario rispetto al modello *fast* su cui si basa la musica odierna: l'accordo infatti vuole tornare alle radici di una passione comune - quella tra artista e fan - in cui per esempio poter godere di un oggetto prezioso, come il cd o il vinile, è di fondamentale importanza per costruire un'esperienza *totale* della musica. Una nuova modalità di progettare l'attività artistica di Eros dunque, che sradica lo *status quo* della musica italiana nel mondo.

"È una sfida che abbiamo accolto con entusiasmo e che affronteremo con convinzione" - afferma **Andrea Pieroni, CEO di Vertigo** - *"Eros è un artista unico, che amiamo da sempre e siamo felici che sia pioniere con noi di questo nuovo modo di vivere la musica"*.

"Con questo accordo Ramazzotti conferma di essere una delle priorità mondiali di Vertigo, ed è il primo italiano a testare una nuova forma di mercato tracciando delle strade per la distribuzione a 360 gradi della sua musica nel mondo" - continua **Gaetano Puglisi, manager di Ramazzotti a capo di Radiorama** - *"Desideriamo riportare in auge un modo totale e completo di intendere l'esperienza musicale. Vogliamo cambiare le regole della music industry ripartendo dalla dimensione che più caratterizza l'artista ovvero il live: è un modello in cui crediamo fortemente"*.

Per gli aspetti legali e la finalizzazione dell'accordo Vertigo è stata assistita dall'Avv. Giovanni Zilli (Of Counsel di Unistudio Legal & Tax) e Radiorama dall'Avv. Michele Scola. La **release del nuovo album di Eros Ramazzotti** è fissata per i primi mesi del 2022 e il **World Tour** è previsto per l'autunno.



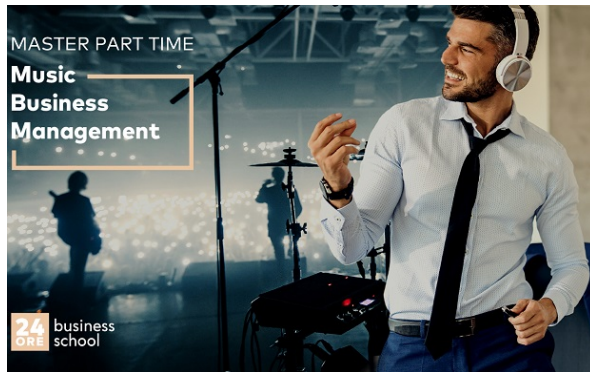
★ BOWI NEXT

LIVE NEWS LETTER INFO SU EXTRA! CONTATTA EXTRA! Cerca nel sito... OK

HOME NEWS CONCERTI NEW RELEASES LIVE REVIEW EMERGENTI

CINEMA E SERIE TV LIBRI/DVD INTERVISTE E MONOGRAFIE TEATRO E ARTE FESTIVAL ED EVENTI

NEWS



24 Ore Business School

Un nuovo percorso formativo per manager musicali

di Domenico Capitani

Il mondo della musica sta vivendo una trasformazione rapidissima; creatività e talento non sono più sufficienti per affrontare il cambiamento in atto, ma vanno abbinati a competenze e strumenti che consentano di interpretare e anticipare le nuove tendenze e i nuovi modelli di business.

Per dare una risposta concreta a quest'esigenza, **24ORE Business School**, scuola di alta formazione che offre corsi e master sulle principali industry, ha creato un nuovo format, **Master Music Business Management**, ideato in collaborazione con realtà leader in questo settore come *Sony Music*, *Friends&Partners*, *Soundreef*, *Vertigo* e molte altre realtà.

Il master, strutturato interamente in live streaming grazie alla piattaforma proprietaria di 24ORE Business School "e-learning", permette di apprendere le conoscenze chiave per impostare e gestire una produzione discografica e live nelle sue diverse fasi, costruire un business plan e un piano di comunicazione-marketing on e offline, definire le strategie di distribuzione fisiche e digitali del prodotto e della sua declinazione live, formando così delle figure professionali in grado di generare valore economico e culturale nel mondo del music business.

A impreziosire ulteriormente l'offerta formativa, il percorso didattico prevede il confronto con professionisti di alto livello che quotidianamente vivono il comparto musicale nelle sue varie declinazioni.

"Mi sono impegnato e divertito molto nell'ideare questo Master che ho sviluppato nei contenuti e nell'offerta formativa scegliendo un corpo docenti d'eccellenza per esperienza, reputazione e visione del business." Afferma Alberto Salini, Business Developer A-LIVE e coordinatore scientifico del Master Music Business Management. "Ci tengo a citarli tutti perché saranno loro il vero valore aggiunto di questo Master, unico, concreto e innovativo: Ferdinando Arnò, Franco Bixio (Gruppo editoriale Bixio), Alex Braga (A-Live), Orazio Carattozzolo (F&P), Francesco Colombo (F&P), Davide d'Atri (Soundreef), Federica Gentile (RTL 102.5/Radio Zeta), Nadia Noacco (SCF), Stefano Pieroni (Vertigo), Sebastiano Pisciotto (Manager Salmo), Sara Potente (Sony Music), Lino Principe (Sony Music), Gaetano Puglisi (Manager E. Ramazzotti), Roberto Razzini (Warner Chappell Music Italiana), Eleonora Rubini (Sony Music), Giovanna Salvatori (F&P) e Gianni Zilli (Unistudio). Il nostro obiettivo è quello di formare dei professionisti di valore che partendo dallo spunto creativo dell'opera siano in grado di leggere, interpretare e anticipare le nuove tendenze del mercato per diventarne protagonisti e a loro volta solidi manager di successo."

"Il master, ideato per professionisti del mondo musicale che desiderano ampliare le proprie competenze e per giovani laureati che intendono inserirsi professionalmente nel business musicale, rappresenta un unicum in Italia, grazie a un'attenzione particolare alle nuove expertise richieste dal mercato e a un focus sulle tendenze evolutive del settore, sempre più "Tech Addicted". Dichiaro Andrea Rosi, Presidente Sony Music Italy. "Inoltre, se i protocolli covid ce lo consentiranno, sarà un piacere per noi, verso la fine del master, poter ospitare l'intera classe presso la nostra sede per poterli conoscere e mostrare i nostri nuovi studi di registrazione"

Articolo del 23/05/2021 - ©2002 - 2021 Extra! Music Magazine - Tutti i diritti riservati



MERCOLEDÌ 17 NOVEMBRE 2021

Eros Ramazzotti rivoluziona il mondo della musica ripartendo dal live in accordo global con Vertigo

MUSICA (/CATEGORY/MUSICA)

CRISTIAN PEDRAZZINI

[SCARICA L'ARTICOLO IN FORMATO PDF \(/BLOG/PDF/ID/93316\)](#)

Eros Ramazzotti è il primo artista italiano che sigla un accordo globale per la sua attività artistica nel mondo: un **deal che è una novità assoluta e che vuole restituire priorità ad un modo di godere della musica** che sia il più possibile immersivo e che offra soprattutto un'esperienza a 360 gradi per i fan.

Un agreement tra **Radiorama** - la storica struttura che produce tutta l'attività artistica di Ramazzotti - e **Vertigo**, società italiana facente parte del gruppo **Eventim Live International**, il colosso tedesco dell'entertainment.

Per la prima volta un artista italiano condivide con un soggetto unico, leader nella produzione del live, **tutti gli aspetti relativi alla sua carriera**. Attraverso questo accordo innovativo, **tutte le attività**

saranno quindi armonizzate con un obiettivo condiviso e comune: dalla discografia ai concerti, dalle sponsorizzazioni ai diritti televi

La **scommessa** alla base di questo agreement è apportare **profonde innovazioni al modo di fruire la musica**, raggiungendo direttamente i fan con delle **operazioni ad hoc** pensate per offrire un'immersione totale nel mondo di Eros.

Radorama e Vertigo scelgono così di **abbracciare anche tutti gli aspetti della discografia per avvicinare l'utente all'artista** puntando su una visione a 360 gradi che **esalti l'esperienza fisica oltre a quella digitale**: il fan potrà ad esempio acquistare un biglietto per un concerto ed accedere allo stesso tempo in modo prioritario all'acquisto di dischi, di particolari edizioni limitate o ad esperienze esclusive riservate.

Un accordo che vuole essere **rivoluzionario** rispetto al modello *fast* su cui si basa la musica odierna: l'accordo infatti **vuole tornare alle radici di una passione comune** - quella tra artista e fan - in cui per esempio poter godere di un oggetto prezioso, come il cd o il vinile, è di fondamentale importanza per costruire un'esperienza *totale* della musica.

Una nuova modalità di progettare l'attività artistica di Eros dunque, che sradica lo *status quo* della musica italiana nel mondo.

"E' una sfida che abbiamo accolto con entusiasmo e che affronteremo con convinzione" - afferma **Andrea Pieroni, CEO di Vertigo** - *"Eros è un artista unico, che amiamo da sempre e siamo felici che sia pioniere con noi di questo nuovo modo di vivere la musica"*.

"Con questo accordo Ramazzotti conferma di essere una delle priorità mondiali di Vertigo, ed è il primo italiano a testare una nuova forma di mercato tracciando delle strade per la distribuzione a 360 gradi della sua musica nel mondo" - continua **Gaetano Puglisi, manager di Ramazzotti a capo di Radorama** - *"Desideriamo riportare in auge un modo totale e completo di intendere l'esperienza musicale. Vogliamo cambiare le regole della music industry ripartendo dalla dimensione che più caratterizza l'artista ovvero il live: è un modello in cui crediamo fortemente"*.

Per gli aspetti legali e la finalizzazione dell'accordo Vertigo è stata assistita dall'Avv. Giovanni Zilli (Of Counsel di Unistudio Legal & Tax) e Radorama dall'Avv. Michele Scola.