

Storie di comunicazione non convenzionale: “MI PIACE” avere successo

20 anni, autoprodotta, Alex Palmieri – noto anche come “il Principino del web” – ha fatto della comunicazione non convenzionale il vettore del suo successo musicale. Dalla camera da letto di casa a Canale 5, attraverso il web 2.0, arrivando di click in click in 92 paesi del mondo

1) La prima volta che hai pensato di fare della canzone una professione...

Ho sempre sognato le grandi stelle del pop americane, sognavo di essere un po' come loro. Così ho cominciato, per gioco, come fanno molti ragazzi

2) La prima volta che hai usato internet, e per fare che cosa...
Youtube è stata una delle prime cose che ho imparato ad usare. Caricavo i video delle mie piccole serate e già quando arrivavo a 50 o 60 visualizzazioni ero contentissimo! Se mi guardo indietro vedo molta tenerezza nel ragazzino che ero, e che è cresciuto in fretta per imparare a trarre il massimo da questo percorso.

3) Quando e perchè hai deciso di “incrociare” il web con la tua passione per la canzone?

Quando ho iniziato, il mondo discografico era già saturo, le majors cercavano gli artisti solo nei talent show televisivi. Così, anziché sperare che qualche provino andasse a buon fine magari grazie a qualche raccomandazione, mi sono dato da fare per cercare di farmi strada in maniera autonoma. Internet era la migliore vetrina possibile: facile lavorarci, ed era potenzialmente accessibile a tutti, un mercato immenso

4) Come ti sei mosso all'inizio? I primi passi sulla rete...

Ho autoprodotta il mio album “Move”, che è quello che mi ha poi dato successo sul web. Ho tentato varie volte di ottenere risultati con la comunicazione convenzionale, di far

apprezzare i miei lavori alle testate giornalistiche tradizionali, ma praticamente senza successo. Allora ho semplicemente continuato a fare quello che amavo, cioè a fare musica, e a comunicare il mio messaggio artistico sul web. Ho prodotto il videoclip di Move e l'ho sparato in rete, e ciò che è successo è stato che il pubblico stesso ha iniziato a parlare di me on-line, un passaparola iniziato come un brusio e diventato poi un torrente, di bacheca Facebook in bacheca Facebook...

5) Quando sono arrivati i primi risultati di questa strategia? Come ti sei accorto che funzionava?

Un bel giorno ho "Googlato" il mio nome, così per soddisfare il mio ego, e magicamente mi sono accorto che sul video comparivano una miriade di risultati. Di primo impatto la cosa mi ha sorpreso non poco. Poi ho analizzato più a fondo il fenomeno: ho visto che i blog di musica cominciavano ad imbattersi nei post dei miei vari fan su Facebook, e così iniziavano del tutto naturalmente a porsi domande su di me, a cercare notizie che mi riguardassero, a scrivere di me. Non tutti i commenti erano positivi, ovviamente: l'anonimato garantito dal web stimola anche le peggiori cattiverie, e non si può piacere a tutti, ma anche sul mio profilo non ho mai censurato un commento negativo, a meno che non fosse un insulto.

6) In termini sia di numeri che di affermazione della tua reputazione, cosa ti ha portato la visibilità sul web?

E' importante premettere che all'inizio ho tentato di fare una campagna di visibilità web a pagamento, anche quella progettata da me, ma ho ottenuto scarsissimi risultati. Con il tempo ho capito che sono i contenuti e il passaparola a fare la differenza sul web, e che non è necessario pagare per aumentare la tua visibilità. Con il debutto on-line del videoclip "Move" sono arrivato nella posizione "40" dei più cliccati in assoluto su Youtube. Poi i-Tunes mi ha selezionato nella sua homepage sotto la voce "Nuovi e Degni di Nota". A un certo punto, il fenomeno è inaspettatamente uscito dall'on-line, tracimando off-line: con l'estate sono arrivati i primi

giornali nazionali che si sono occupati di me, fino a quando Barbara D'Urso mi ha chiamato a Canale 5. E considera che io non conoscevo proprio nessuno nel mondo dello star-system. Il risultato di tutto ciò è che il mio primo tour reale – fuori dall'arena del web – è stato un vero successo: ho dovuto riaprirlo tre volte con nuove date per poter accontentare tutti i fan.

7) I tuoi fans on-line sono diversi dai fans off-line, in carne ed ossa? Trovi delle differenze, o i due mondi si sovrappongono?

Non trovo alcuna differenza tra i due mondi. I fans che mi scrivono su Facebook – e a cui mi piace tantissimo rispondere, mantenendo una comunicazione “calda” con loro – sono gli stessi che ho poi ritrovato nei miei live e nelle date del tour. Anzi, internet ci dà la magica e preziosa opportunità di tenerci uniti continuamente, tra una data e l'altra, tra un concerto e l'altro.

8) Cosa hai sbagliato in internet e non rifaresti più?

Parlare troppo della mia vita personale, raccontarmi troppo anche sotto quell'aspetto. Di mio, ho un approccio molto “autentico”, una parola che ficcanasando il Vostro portale ho ritrovato più volte, so che molti tra Voi comunicatori la ritengono giustamente una parola chiave importante. Il problema è che la situazione va facilmente fuori controllo: se racconto sul mio Facebook con chi sono uscito ieri sera a cena, la notizia dopo cinque minuti si è già diffusa ovunque sul web. Il gossip on-line è tremendo nel nostro ambiente, devo fare attenzione alla comunicazione virale, rischia di diventare realmente incontrollabile. Sono le due facce della medaglia di uno strumento prezioso come internet.

9) Cosa vuoi ancora fare sul web?

Proseguire nella strategia del passaparola, amplificando sempre più il mio messaggio artistico. Il web si è rivelato per me un vero e proprio “megafono”, e intendo sfruttarlo ancora molto. Ad esempio ora sto mappando blog, siti e piattaforme stranieri, voglio aprirmi al mercato virtuale

internazionale, specie perché ho da promuovere on-line il mio nuovo singolo "Popstar", in uscita tra poche settimane, che sarà disponibile su 400 store digitali in 92 Paesi del mondo, brano lavorato tra la PhonoRecord di Como e la Conway Recording Studio di Los Angeles, per capirci i tecnici che curano Britney Spears, Katy Perry e Christina Aguilera.

10) Cosa consiglieresti a un ragazzo di 15 anni che volesse intraprendere la tua stessa strada?

La strada è lunga, faticosa, tutta in salita, ma conta davvero la determinazione. In molti mi hanno detto "lascia perdere", ma io non ho mai ceduto, fosse anche solo per non darla vinta. Su internet, oggi sei cliccatissimo e pieno di "Mi piace", domani l'attenzione si sposta su un altro e ti senti "abbandonato" dai fans che fino a ieri ti osannavano. Finché non raggiungi volumi importanti, la delusione è dietro l'angolo, la voglia di abbandonare il campo è sempre in agguato. Invece essendo un mass-media non convenzionale bisogna ovviamente avere un atteggiamento non convenzionale: se non guardi – solo – al risultato di oggi, ma persisti tenacemente domani e dopodomani, il tuo livello d'impatto sul web lieviterà come una torta. Penso che queste caratteristiche contino tanto quanto il talento musicale, se si vuole avere successo partendo da internet, che in fondo è il regno dell'effimero. Un regno fantastico, però tutto da governare.