LA SOCIETÀ

Attitude Recordz è un centro di produzione artistica, casa discografica e studio di registrazione.
Attraverso un'accurata proposta laboratoriale/formativa intende inserire i giovani di Milano in percorsi formativi e lavorativi.
Attitude è anche un'etichetta discografica per artisti emergenti che intende valorizzare il loro talenti offrendo strumenti professionali per il raggiungimento dei loro obiettivi.
Vanta due spazi per lo studio di registrazione: uno più home-made (in condivisione e per 3 volte a settimana) concesso a titolo gratuito da mare culturale urbano per i giovani già coinvolti in esperienze aggregative (232aps-voci di periferia-parole in fuga), e uno con attrezzatura e personale specializzato nel settore, per tutti i professionisti e artisti emergenti che intendono avere un prodotto musicale competitivo e di qualità a un prezzo accessibile.
Offre laboratori gratuiti in zona 7, corsi di formazione mirati allo sviluppo di competenze inerenti alla musica; coordinati da uno staff esperto.

CON ATTITUDE PUOI:

- Frequentare laboratori gratuiti di scrittura rap, poetry slam e producing per sperimentare le tue competenze e apprenderne nuove, per capire se questa sia la strada giusta per te o il momento giusto e per scoprire un talento/valore nascosto su cui potrebbe avere senso investire energie e denaro.

- Svolgere corsi di formazione a pagamento con finalità professionalizzante in un ambiente che verte la sua attenzione alla scoperta di nuovi talenti e tecnici del mestiere e che può quindi offrire opportunità lavorative. Stiamo sviluppando l'opportunità di borse di progetto dedicate, e stiamo valutando di collaborare con enti accreditati (es CPM) al fine di sviluppare una formazione accreditata.

- Registrare la tua musica con attrezzatura professionale e personale dedicato o affittare lo spazio ad ore in via esclusiva con prezzi vantaggiosi rispetto alla concorrenza.

- Entrare nell'etichetta di Attitude Recordz, e quindi ricevere un contratto discografico godendo dei nostri spazi per la produzione artistica e quello dei nostri collaboratori, dello staff di comunicazione e brand identity (formato da 4 apprendisti nelle materie di business musicale, design prodotto aziendale, comunicazione e management), 8-9 produttori e beatmaker e 2 ingegneri del suono, un filmmaker di riferimento, sceneggiatore e un videomaker. Oltre ad un budget investito da noi per promozione e creazione contenuti. Partire con solo due artisti attentamento scelti per garantire il buon lavoro che intendiamo offrire.

PROBLEMA

- Le Major faticano a individuare i veri talenti, perchè piene di richieste di finanziamenti di progetti già strutturati in cui viene chiesta solo una cifra per la realizzazione, senza la possibilità di conoscere davvero queste persone, il loro quartiere e la loro storia; attraverso fasi di sperimentazione, laboratori e percorsi di conoscenza artistica e personale mirata e approfondita. Essenziali per cogliere la potenzialità del "personaggio" sul mercato.

- Le persone che si approcciano alle major non conosco il funzionamento di queste e spesso si concedono a contratti con cifre apparentemente buone, ma che sono solo opera di deflazione per queste ultime, trovandosi rilegati per anni ad un contratto vincolante in cui i soldi garantiti spesso vengono spesi subito per l'autoproduzione e l'artista se non ha il successo previsto viene dimenticato. Senza nessuna possibilità di reinventarsi perché fuori dalle linee guida delle etichette e perdendo fiducia e stima in queste.

- Un artista che vuole autoprodursi non ha molto spesso i mezzi per farlo, anche se con i nuovi generi musicali sembra tutto più accessibile, per avere dei prodotti competitivi bisogna avere molti soldi per produzione, video, promozione. Oltre che i contatti per e le conoscenze teoriche per distribuire il proprio lavoro in maniera corretta (diritti remunerabili) e accattivante (uso di piattaforme esclusive con cui solo etichette possono fare accordi).

- I contenuti promossi dalle major o dagli artisti stessi sono spesso privi di cultura e rimandano a valori negativi, per la poco attenzione che entrambi danno all'impatto sui giovani e quindi alle conseguenti cause.
disoccupazione giovanile (15-19 anni) in zona 7, oscilla tra un minimo del 15% e un massimo del 19%. Nella fascia di età sino ai 34 anni si arriva al picco di disoccupazione del 36,8%

OPPORTUNITÀ

Il trend di fare musica è sempre più in crescita soprattutto con questo nuovo genere la Trap, che tratta temi molto giovanili e con forme di scrittura anche semplici, risultando un panorama facile a cui affacciarsi, ma con sonorità decisamente più commerciali del rap, facilitando l'arrivo di artisti molto giovani in cima alle classifiche italiane e mondiali.
L'emulazione di questi artisti, che appunto hanno un pubblico molto giovane, li porta a vestirsi e atteggiarsi come questi; chiaramente sul loro canale di forza i social, aumentando esponenzialmente gli streaming, che rappresentano metà del mercato musicale attuale.

PATRICK

Patrick è un giovane musicista di zona 7 che vorrebbe realizzarsi nel mondo della musica, e che fa capo ad un bacino di 20-25 giovani producer e cantanti.
Oltre 10 anni che produce per altri, ora decide che è il suo momento.

MATTEO

Matteo è un pedagogista e un educatore, appassionato di poesia e capace di generare opportunità lavorative per i marginali: ha fondato l'associazione KPC (coordinata da detenuti) che ha creato 18 posti di lavoro fissi, erogato formazione nelle scuole e realizzato riqualificazioni ambientali sul territorio milanese.
E' il coordinatore del progetto

ANTONIO

Antonio è un apprendista manager di giovani talenti, ha lavorato presso mare culturale urbano come organizzatore di eventi, creando un suo contest che ha ricevuto un ottimo successo. E' il nostro piccolo imprenditore, visionario, sempre pronto a nuove sfide.

MERCATO POTENZIALE

Nel 2020 il mercato globale della musica registrata è cresciuto del 7,4%, segnando il sesto anno consecutivo di crescita: lo dichiara IFPI, l'organizzazione che rappresenta l'industria fonografica internazionale e che pubblica oggi i dati dell'annuale Global Music Report, che mostra ricavi complessivi pari a 21,6 miliardi di dollari, di cui solo 248 milioni sono italiani. La nostra soluzione mira ad inserirsi inizialmente nel mercato italiano, ovvero quello in cui i nostri contenuti sono più fruibili.

Il mercato aggredito inizialmente da Attitude Recordz vale oltre €104 milioni, ma mira ad aggredire un mercato di €200 milioni includendo anche la monetizzazione di concerti live, merchandising, eventi e ricavi di diritti d'autore per film o uso di terzi. Inoltre con la giusta strategia di internazionalizzazione, Attitude può arrivare presto ai mercati europei, con un potenziale di oltre 4b.

MERCATO POTENZIALE 4B

Strategia per il mercato potenziale:

- Aggredire prima il mercato di nicchia per poi passare al mercato di massa
- Generazione di brand awareness
- Internazionalizzazione: primi paesi aggredibili Spagna e francia per influenze musicali comuni, soprattutto per il genere da noi portato (trap)

MERCATO POTENZIALE 140M

aumento della cultura del mondo musicale: gli ascoltatori comprendono perché è importante comprare un abbonamento premium o una canzone per sostenere il proprio artista o la casa discografica. Incentivando l'acquisto con premi di fidelizzazione (canzoni inedite o incontrare il proprio arista e farsi firmare la maglietta)

I 4 PILASTRI DI ATTITUDE RECORDS

- **GIUSTA CAUSA** il modello di business si regge sull'assunto secondo il quale: l'attività sociale (quella dei laboratori e dei corsi di formazione) vengono sostenute economicamente dai servizi offerti dallo studio di registrazione/casa discografica

- **CUSTOMER CENTRICITY** il nostro core business è lo studio di registrazione: pacchetti specifici e declinate per recording, production, mixing mastering, mentoring. A differenza dei nostri competitors, la centralità sarà la persona e il suo progetto specifico; anche per i clienti esterni è prevista la possibilità di consulenza da esperti sul prodotto musicale e sulla pubblicazione e distribuzione, curatela immagine e videomaking.

- **FLESSIBILITÀ' ED INNOVAZIONE** siamo una cooperativa sociale di tipo b, modello sicuramente nuovo per il mondo della musica, inoltre ci distinguiamo anche per la poco burocrazia e la massima flessibilità. Se il mercato risponde ad un nostro input prendendo una direzione inattesa, noi siamo pronti a reagire immediatamente.

- **CRESCITA** In questa fase di start up ogni giorno il nostro modello di business migliora e si articola: i flussi di ricavo secondari ovvero il merchandising (con Attitude Clothes) e l'organizzazione di eventi, si vedano cene, contest e concerti (Attitude Events), i contenuti creati ad hoc per clienti esterni dal nostro staff di filmaker e videomaker (Attitude Films) i diritti musicali, gli streaming (Attitude management) permetteranno alla formazione di Attitude di crescere e all'offerta di Management musicale di farsi sempre più solida.

PERCHE' ATTITUDE RECORDZ?

SCOMMETTI SUL FUTURO DI ATTITUDE

Opportunità: nicchia in forte crescita

Scopo valoroso

Mercato da oltre 4 miliardi

Detrazioni per investimenti su start up innovativa

Co-finanziato dal comune di Milano

Uno dei pochi mercati sopravvissuti alla pandemia covid-19
grazie alla digitalizzazione sempre in crescita