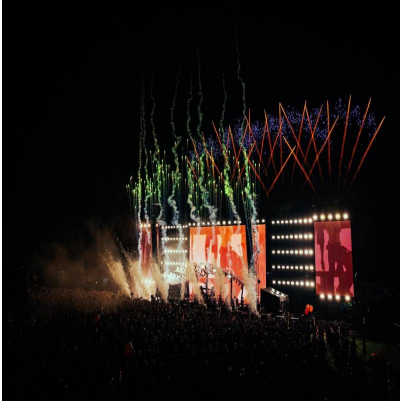




Birra Heineken® lancia Clinker al Nameless Festival

Descrizione

(Adnkronos) - Dopo il debutto globale al Coachella, Heineken® sceglie il Nameless Festival come primo palcoscenico europeo per il lancio del Clinker. Clinker è l'ultima innovazione del brand che nasce per facilitare il mantenimento di quei legami nati grazie alla passione condivisa per la musica tra fan. Una risposta concreta a quanto emerge da una nuova ricerca globale commissionata da Heineken, secondo cui il 97% degli appassionati di musica considera che quest'ultima abbia il potere di unire le persone, mentre oltre la metà (55%) dichiara di voler conoscere chi ha gusti musicali simili durante concerti e festival. Eppure, sebbene il 77% dei fan dichiara di aver creato una connessione con qualcuno durante un evento live o un concerto, nella maggior parte dei casi questi incontri restano confinati al momento stesso del festival. Clinker è stato progettato proprio per aiutare i fan a superare le barriere sociali tipiche di questi grandi eventi, trasformando interazioni spontanee e fugaci in legami più duraturi, capaci di continuare anche oltre la musica.

Clinker dichiara Michela Filippi, marketing director Heineken Italia - è la nuova innovazione di Heineken pensata per trasformare la passione condivisa per la musica in nuove connessioni tra i fan. Dopo il debutto globale al Coachella, abbiamo scelto il Nameless Festival come primo palcoscenico europeo per portare Clinker in Italia: un contesto iconico che rappresenta perfettamente lo spirito di socialità che questa tecnologia vuole amplificare. Siamo orgogliosi che l'Italia sia il primo mercato europeo a introdurre Clinker, a conferma del ruolo strategico del nostro Paese nello sviluppo di esperienze innovative firmate Heineken. Con Clinker, un semplice brindisi diventa il modo più immediato per rompere il ghiaccio, iniziare una conversazione e creare nuove connessioni. L'obiettivo è valorizzare ciò che rende unici i festival musicali: la possibilità di incontrarsi spontaneamente attraverso una passione comune e trasformare un momento condiviso in un legame che continua anche oltre il festival. Con questa innovazione, Heineken conferma ancora una volta il proprio impegno nel creare esperienze capaci di avvicinare le persone e rendere la socialità sempre più autentica.

Pensato per abbattere le barriere sociali tipiche dei festival, Clinker è uno smartband applicabile a bicchieri e bottiglie Heineken che, attraverso il semplice gesto del brindisi, permette alle persone di scoprire la propria affinità musicale. Sviluppato da Heineken insieme a LePub Milano, LePub Amsterdam e LePub New York attraverso il collettivo tecnologico e di innovazione LeGarage, Clinker si

sincronizza con i dati di streaming degli utenti e, quando i rispettivi bicchieri entrano in contatto (attraverso un semplice "cin cin"), rileva le affinità musicali tra due persone. La banda luminosa di Clinker cambia colore in base al livello di "match" e tramite una web app dedicata consente ai fan non solo di vedere la percentuale di compatibilità ma anche di restare in contatto anche dopo il festival. Con un gesto semplice e universale come il brindisi, Clinker permette quindi a perfetti sconosciuti di creare connessioni durature attraverso una passione comune: la musica.

Clinker si inserisce all'interno della piattaforma globale "Fans have more friends", che riunisce tutte le sponsorizzazioni di Heineken dal calcio alla Formula 1, fino ai festival musicali sotto una visione comune: condividere una passione. Il modo più semplice e immediato per creare nuove connessioni, anche tra perfetti sconosciuti. In un'epoca segnata da una crescente solitudine, Heineken ribalta la prospettiva: i fan hanno più amici di quanto pensino. Ed è proprio nella musica, che questo messaggio trova la sua espressione più naturale.

In questo contesto, Clinker rappresenta l'evoluzione del ruolo di Heineken nei festival musicali, un'innovazione pensata per amplificare ciò che accade spontaneamente sotto il palco: conoscersi, condividere emozioni e creare nuovi legami. Un semplice brindisi diventa così il punto di partenza per dare vita a nuove connessioni, trasformando incontri di contesto in legami capaci di continuare anche oltre il festival, quando la musica finisce.

Clinker sarà protagonista al Nameless Festival (30 maggio - 1° giugno 2026) giunto alla sua dodicesima edizione, di cui Heineken è Official beer partner sin dall'inizio. I fan potranno vivere l'esperienza Clinker all'Heineken stage, un'area dedicata ricca di sorprese, una DJ line-up dedicata, ospiti d'eccezione e attività pensate per stimolare il pubblico.

Tra gli ospiti anche Eva e Stefania, protagoniste della puntata speciale di Supernova "Storia di un'amicizia e tanti concerti". Insieme a una squadra di influencer tra cui Jenny De Nucci, Anna Ciati, Tancredi Galli (Sigh.tanc) e Edoardo Esposito (Sespo) racconteranno le proprie esperienze nei festival di oggi, mostrando come Clinker possa favorire nuove connessioni e amicizie attraverso la musica.

??

spettacoli

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 26, 2026

Autore

redazione

default watermark