

PESCARA, THE BIGGEST COMBAT ROCK BAND AD AGOSTO ALLO STADIO DEL MARE, OMAGGIO AGLI ACDC

di Fabio Iuliano



PESCARA - **"The Biggest Combat Rock Band"** torna di nuovo dal vivo a Pescara e stavolta lo fa allo Stadio del Mare a due passi dalla Nave di Cascella. Venerdì 13 agosto, decine di musicisti torneranno insieme, sullo stesso palco, per realizzare un videoclip che si propone

come proposta musicale originale.

L'iniziativa prende spunto dal Format "Combat rock", evento live che prevede l'esibizione di due band contrapposte sullo stesso palco che si sfidano suonando vicendevolmente cover di gruppi noti, rappresentando ognuna la propria band di riferimento.

Nessuna sfida in questo caso: "The Biggest Combat Rock Band" vuole essere la naturale prosecuzione di questa idea, dando l'opportunità a tutti i musicisti di ogni provenienza di suonare in un ensemble di strumentisti (batteria, basso, chitarra) e vocalist, su brani scelti dagli organizzatori.



Lo scorso anno, al porto Turistico di Pescara sono stati scelti quattro brani a rappresentare

ciascuno una decade diversa, da We're Not Gonna Take It! (The Who) a Wild Thing di Jimi Hendrix, da Highway to Hell degli AC/DC a Smells Like Teen Spirit dei Nirvana. Stavolta, i brani scelti saranno solo dalla discografia degli AC/DC. Ispirato alla band australiana anche il videoclip di lancio dell'iniziativa, registrato in studio a Pescara nello scorso inverno e con immagini del concerto al porto Turistico.

L'iniziativa sarà aperta al pubblico e videoripresa. Per l'occasione sarà realizzato un videoclip dedicato che sarà lanciato e promosso nei canali social e web dell'organizzazione, con il coordinamento di Spray Records. Si pensa anche alla realizzazione di ulteriori video come "making of", "show reel" e "spin off". Gli organizzatori, attraverso il portale www.combatrock.it, hanno lanciato una call per reclutare i musicisti.

Gli interessati dovranno richiedere via mail a info@combatrock.it scheda di iscrizione e liberatoria; contestualmente dovranno fornire breve nota biografica ed un piccolo video di una propria performance di massimo 20 secondi. L'obiettivo è quello di schierare sul palco una onda energetica importante facendo leva sull'entusiasmo dei partecipanti e del pubblico, così come nelle scorse edizioni che hanno fatto registrare il sold out.