



**Stefano Quaglia The Family**

### Segnali positivi, ma margini ridotti

“L’inizio dell’anno - conferma Cesare Fracca, presidente di Haibun - è stato sicuramente positivo. Abbiamo realizzato diverse produzioni con clienti importanti (Nestlé Fruttolo, Sole 24Ore, Key21 e altre in corso) e siamo al momento coinvolti in numerose altre gare. Questo mi fa ben sperare per il bilancio del primo semestre. Diciamo che il mercato dà segni di vivacità, nonostante i margini siano più ridotti rispetto al passato.

La sede che abbiamo aperto a Londra - prosegue - è stata per noi la novità più stimolante nel breve. Per quanto riguarda il nostro team non pensiamo in questo momento di utilizzare nuovi registi, preferendo lavorare con quelli con cui abbiamo già un rapporto consolidato e proficuo. Ma l’anno è appena iniziato e non escludiamo di poter ingrandire la squadra...”

Il 2007 è iniziato bene, “sia sul piano quantitativo e, soprattutto, su quello qualitativo”, anche per BRW, come racconta l’ad Marco Bussinello, “ma è ancora presto per ipotizzare come sarà il resto dell’anno e ancor più il primo semestre. Sono due -

dell’anno è stato decisamente positivo. Abbiamo fatto tante cose e ne abbiamo fatte molte di belle e stimolanti, dalla produzione per Fiat Brava al film Pirelli. Se è vero che permane nel mercato una scarsa propensione al rischio, è altrettanto vero che da più parti si comincia a sottolineare l’esigenza di rinnovare contenuti, linguaggi e forme di comunicazione”.

“Il mercato in generale, a detta dei nostri fornitori - afferma Andrea De Micheli, ad di Casta Diva Pictures - sembra quello di sempre: né fermo né vivace. Per quanto ci riguarda, invece, abbiamo avuto un ottimo inizio d’anno, con una grandissima produzione a Los Angeles, diretta da un mostro sacro del cinema, su cui però non possiamo ancora dire nulla, e poi parecchie altre produzioni girate tra Milano, Praga, Lisbona e Kuala Lumpur, dove siamo tornati per la seconda volta in quattro mesi. In totale tra fatturato e acquisito, da produrre entro marzo, siamo a quota 2,5 milioni”.

### Energia inaspettata

“Il 2007 è partito con un’energia inaspettata. Il mio primo lavoro dell’anno, vale a dire la partnership con The Family per il lancio di Fiat Bravo firmato da Matthias Zentner - interviene Federico Turchetti, fondatore di Fred Films - è nato nella prima settimana di gennaio. Un tempo tradizionalmente dedicato allo sci, piuttosto che al business. E se il buongiorno si vede dal mattino, i mesi successivi non sono stati da meno e ci hanno visti coinvolti in numerose gare che stanno portando a nuovi progetti. Dire che siamo molto soddisfatti è il minimo, perché il mercato inizia a riconoscere le qualità della nostra proposta che entra adesso nel secondo anno di vita. L’esclusiva con Zentner, che è certo uno fra i talenti registici più visionari del mondo, si è trasformata in una vera e propria partnership. Identità di vedute e comune sensibilità hanno fatto evolvere il nostro rapporto anche sul piano professionale. L’altra importante novità è in odore di Oscar. Infatti, l’australiana Animal Logic, vincitrice del celebre premio per il film Happy Feet, ha scelto di farsi rappresentare da Fred Films per il mercato italiano. Uno fra i prossimi lavori che ci apprestiamo a firmare darà a chi non ha visto il film la misura di tutto quello che il vero 3D, quello che nasce da straordinarie abilità tecniche e impareggiabili sensibilità artistiche, può fare per la pubblicità. Certo, a uno sguardo allargato, ci sono alcune variabili in sospeso. In Italia, la pubblicità deve ancora crescere: sono



**Andrea De Micheli Casta Diva**

### APP/Canti: “L’unione fa la forza”

*Non dobbiamo disperare. Anzi. “Per la prima volta dopo tanto tempo - attacca Antonio Canti, presidente dell’APP - cominciamo a risentire anche noi dei positivi segnali di ripresa del paese”. Certo i problemi di sempre restano: riduzione dei guadagni, pagamenti allucinanti, anticipi che non si riescono a ottenere. E non tutti ce la fanno. Anche quest’anno, infatti, l’APP ha registrato un paio di chiusure.*

*“L’associazione sta lavorando - prosegue Canti - per far ripartire i suoi associati che, scioccati da questi lunghi anni di crisi, hanno mollato gli ormeggi. Lo sforzo è quello di garantire una certa coesione e, forse anche grazie al cambio generazionale che si è verificato, i presupposti sono finalmente buoni: ai primi di marzo abbiamo avuto un’assemblea, dove era presente più della metà degli associati. Una cosa che non capitava da anni”. Fra le note dolenti, invece, resta quella di un paese, l’Italia (in questo accomunata al resto d’Europa), sempre più caro. “E così - prosegue Canti - si va sempre più*

*lontano: se non nei paesi dell’Est, in Canada, Uruguay, Argentina. Io personalmente a gennaio ho girato a Budapest. Nello stesso teatro di posa c’era una casa di produzione francese che stava ultimando uno spot per Peugeot”.*



**Marco Bussinello BRW**

prosegue - le nostre nuove offerte per il 2007: la prima, sul piano dei servizi proponibili al mercato, è la creazione del reparto 3D all’interno della nostra società partecipata Post-Office Reloaded. La seconda, sul piano meramente societario, è un ulteriore rafforzamento della forza e della solidità finanziaria che, stando anche alle numerose interviste rilasciate da autorevoli operatori del mercato sul tema ‘le case di produzione fanno da banche per i loro clienti...’, è diventato un altro vero fattore competitivo.

“Per quanto ci riguarda - interviene Stefano Quaglia, ad di The Family - l’inizio



**Federico Turchetti Fred Films**