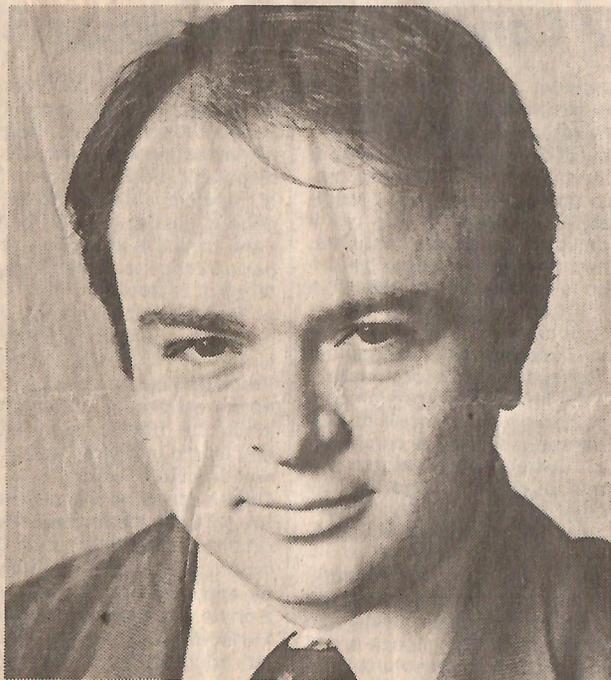




Le console di regia di uno studio di registrazione televisivo.

LA «FILMAKER» PRODUCE VERI E PROPRI MANUALI D'USO IN IMMAGINI PER LE INDUSTRIE

La macchina non funziona? Guarda il video



Claudio Lelli, 31 anni, fondatore nell'81 di «Filmaker»

Bolognese, 31 anni, Claudio Lelli fonda nel 1981 la Filmaker dopo aver abbandonato un po' deluso il Dams della fine degli anni '70. Attualmente la società è formata oltre che da Lelli dal fratello Giampiero e da Roberto Mezzabotta. La direzione della produzione è affidata a Jago Corazza mentre l'ingegner Vanni Gabriele si occupa della computer grafica. Del Dams Lelli ha il ricordo di una realtà affatto integrata con quella pratica del settore cinetelevisivo in cui già operava: questa forse la principale ragione per cui è il più convinto sostenitore della tesi che chi svolge questa professione più che scolasticamente si deve formare da una vera e propria «gavetta».

«Non ritengo — dice — che il Dams si possa ritenere per il nostro lavoro altamente formativo, specialmente nella nostra realtà. Chi si avvicina a questa professione deve aver lavorato o in una Tv, dove ha acqui-

sito cognizioni di carattere tecnico quale ripresa e montaggio, oppure proviene da un'agenzia pubblicitaria dove ha già vissuto e sperimentato tutti i tipi di problematiche che possono emergere nel corso di una produzione. Purtroppo la teoria che apprendi al Dams non ha molta attinenza con il mercato locale che richiede esperienza delle specifiche esigenze del committente che non guarda tanto al fattore artistico quanto a quello pratico. I nostri clienti sono principalmente le aziende, le industrie e le agenzie di pubblicità. Per le industrie abbiamo esperienze molto valide e specifiche nei filmati tecnici, commerciali o didattici ad uso degli operatori. Oltre ai filmati destinati alle fiere e alle convention, ci capita infatti di realizzare, specialmente per le aziende che hanno sedi estere, veri manuali d'uso in versione video per certe complicate

macchine automatiche allo scopo di spiegare le varie fasi di utilizzo in modo immediato e comprensibile a tutti gli utenti. Per le agenzie, invece, curiamo la realizzazione degli spot consegnando, grazie alle avanzate tecnologie dei nostri studi, un prodotto finito pronto per la programmazione. Se dovessi dividere in percentuale i campi di intervento della Filmaker, potremmo attribuire un 40 per cento alla produzione per le industrie, un 40 per cento alla pubblicità e un 20 per cento alla collaborazione con i network televisivi. Quest'ultima percentuale è comunque in rialzo perché, grazie ad alcuni investimenti che abbiamo effettuato, prevediamo di aumentare questo tipo di attività in un futuro vicinissimo. A questi network (Rai e Fininvest) possiamo offrire ampia disponibilità di troupe ed assistenza tecnica accompagnando per esempio un loro giornalista

per un'inchiesta od un servizio. Purtroppo, per molti motivi politici e logistici, i centri di potere dei network più interessanti si trovano a Milano o a Roma, e a Bologna non esiste ancora un'autonomia decisionale che sia in grado di stabilire se si può realizzare o meno un programma. Ciononostante la città si può considerare il terzo polo di comunicazione del Paese. Ad esempio gli spot pubblicitari provengono per un buon 30 per cento dall'Emilia. Attualmente ci stiamo invece specializzando anche nel settore della produzione di programmi confezionati per emittenti o per l'home video. Un ottimo lavoro, che continua dopo anni a darci molte soddisfazioni, è lo spot per il Motor Show che abbiamo realizzato con il computer graphic. Giriamo anche molti documentari, sociali e culturali, per i quali abbiamo effettuato riprese anche in Africa».