

Areafilm, dai talkshow aziendali a Medjugorje

Pubblicato: Mercoledì 24 Novembre 2004

✘ C'è qualcosa che si muove – o forse ha sempre covato sotto la cenere – nel terziario varesino, ed è tutto ciò che è legato alle **produzioni professionali di immagini**.

Negli ultimi anni, per esempio, si è scoperto che la produzione cinematografica varesina è meno limitata di quel che sembra: tra i nuovi registi italiani si mostrano presenze varesine, il rinnovato interesse per i “corti” ha fatto scoprire altre firme più sconosciute, le televisioni in provincia sono almeno tre. C'è effervescenza dunque in questo settore, più di quanto ci si sia abituati pensare. E in una zona industriale come la nostra non manca nemmeno chi nella produzione d'immagine ne fa un'impresa al servizio delle aziende, senza perdere quel tocco di creatività artistica che rende queste produzioni interessanti anche ai più: è il caso di **Areafilm** (nella foto), una società varesina – anzi, di Biumo Superiore... – che dal 1988 realizza produzioni televisive e audiovisivi per le aziende, insieme a documentari di approfondimento e corrispondenze dall'Italia per la Televisione Svizzera Italiana.

✘ «Il nostro lavoro è prevalentemente locale, anche se lavoriamo con aziende varesine tra le più importanti, come **Whirlpool** e **Bticino** – spiega **Pietro Bianchi**, socio e fondatore di Areafilm – ma abbiamo anche clienti in **Svizzera** e **nell'Alto Milanese**. Perché facciamo a Varese produzioni di alto livello? fondamentalmente perché sono stato matto: ho deciso di fare questo lavoro, e di tornare a Varese a farlo, senza nemmeno pensare se in zona c'era quest'esigenza. Fortunatamente siamo nati in concomitanza con il boom delle videocassette e così abbiamo trovato inaspettatamente un terreno fertile. Credo anche di avere involontariamente percorso i tempi e di essere caduto in alcune coincidenze fortunate, che mi hanno permesso di essere tra i primi in una attività che ora è molto diffusa e consolidata».

Quella di Pietro Bianchi è la storia di un amore casuale, nato tra i banchi di Scienze Politiche a Milano e poi diventato professione vera: «Quando facevo l'università avevo l'hobby della fotografia. Poi ho frequentato per diversi anni uno studio di Milano di produzioni video dove sono letteralmente "**andato a bottega**" in un periodo fortunato, cioè nella transizione tra le produzioni in pellicola e la nascita del video. In questo periodo ho potuto conoscere tutti i metodi di produzione video, tant'è vero che i primi lavori li ho fatti in sedici millimetri. E ho potuto assistere a due cambiamenti epocali: il passaggio dalla pellicola al video e quello dal video tradizionale a quello digitale, che ha significato l'apertura a migliaia di nuove possibilità espressive ».

Il settore delle produzioni video non è però un settore noto a tutti: rientra pienamente nella comunicazione di impresa, ma non tutte le imprese sanno come sfruttarla, se non per qualche videocassetta di presentazione da utilizzare nelle fiere: «Fare comunicazione video significa **non solo creare materiale video per fiere** ma anche creare un supporto di comunicazione

interna: in questi giorni per esempio abbiamo realizzato per Whirlpool dei documentari a uso esclusivo dei loro funzionari, che analizzano le strategie di marketing. Per Bticino invece stiamo facendo letteralmente un **talk show per gli installatori**».

L'idea di un talk show per installatori sembra bizzarra, ma è decisamente efficace: «Tutto è nato da una loro esigenza periodica, quella di realizzare convegni per installatori su argomenti di loro interesse, che rispondessero alle loro domande pratiche. All'inizio questi convegni erano organizzati in maniera classica, cioè dal vivo, con una specie di tour dei relatori nelle varie sedi italiane. Dalla fine degli anni '90 in poi invece hanno deciso di farli in videoconferenza e noi siamo inizialmente stati per loro il semplice supporto tecnico per il collegamento e le riprese. Poi però, man mano, questa videoconferenza si è evoluta ed è diventata un piccolo talk show con dimostrazioni "dal vivo", interviste e interventi. Insomma, una vera e propria piccola trasmissione televisiva, che prevede l'uso di tre o quattro telecamere e pretende il mantenimento di un ritmo».

Se il talk show aziendale è un'idea presa a prestito dal giornalismo televisivo e applicata in un contesto originale come quello aziendale, anche altre produzioni Areafilm per le aziende stanno a cavallo con il giornalismo o comunque sono diretti a masse di appassionati. E' il caso, ad esempio, dei loro lavori per le case motociclistiche: «Grazie all'amicizia e alla collaborazione con un altro studio di Varese, lo **studio Milagro** che è uno dei più introdotti nel campo del motociclismo mondiale, abbiamo avuto anche la possibilità di lavorare con molte case motociclistiche : per **Husqvarna, Cagiva e MV** siamo andati a Monaco a Settembre. Per Bmw abbiamo realizzato dei servizi in occasione della Parigi Dakar e per lei realizziamo anche service giornalistic: spesso infatti i giornalisti televisivi sono senza troupe e noi facciamo loro da "troupe ufficiale" per quella marca. Alcuni servizi del Tg2 motori sono realizzati così».

In un momento così bigio per l'economia, riesce difficile pensare che questo genere di terziario non soffra della difficoltà generale, eppure Bianchi smentisce questo dubbio: «Noi ogni anno abbiamo una crescita di fatturato: non è mai calato, anche nei momenti ufficiali di crisi, perché quando le aziende sono in crisi sentono la necessità di autopromuoversi, per non scomparire. E così noi continuiamo a lavorare».

Areafilm è uno studio di produzione ibrido, che passa dalla comunicazione di impresa al giornalismo e si alimenta di entrambe le componenti. Di quale sua produzione, alla fine, si sente più fiero?

«Forse di alcuni documentari per la Tsi: nel 1990 abbiamo fatto un documentario delle **apparizioni di Medjugorje** e siamo stati tra i pochi a filmare in diretta una "apparizione" ai ragazzi. Un'occasione unica, che non ha potuto nemmeno vedere la giornalista che stava realizzando il servizio, che non era potuto entrare. Nella sala infatti c'ero solo io, i due ragazzi e una suora. Mentre in campo aziendale, senza dubbio la più grande soddisfazione è rappresentata dai talk show della Bticino: penso che in Italia siano una esperienza unica».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

