

Creatività e mercato



Dadomani. I puppet ideati per lo spot di Art4Sport



MammaFotogramma. Un frame della serie Rai intitolata *W la crisi*



Studio Gertie. Fotogramma del film *Mià e il Migù*, Oscar Ue 2009

Cinema d'animazione il cartoon cerca spazi

Al via venerdì il primo festival milanese

C'è un piccione che attraversa le vie di Milano. Non sporca, non becchetta, viaggia ammiccando a bordo di uno skateboard. Magie dei cartoon, che prendono la realtà, la sezionano, la rimontano, la trasformano, per rianimarla in un mondo imprevedibile, con quella grazia del tratto che trasforma il lato oscuro in uno sketch divertente.

Sigla e mascotte del Trick Animation Film Festival, il primo festival di animazione milanese organizzato da Esterni che si svolgerà dal 18 al 20 marzo al Museo della scienza e della tecnica, il piccione urbano atterra su una platea di spettatori che non sono più bambini ma si riconoscono nel linguaggio dei cartoon. «Negli ultimi dieci an-

ni, il cinema d'animazione ha vissuto una rivoluzione - dice Gianluca Lo Presti, direttore d'animazione dello studio **MammaFotogramma** e padre del pennuto che apre la kermesse -. Prima era un genere essenzialmente rivolto ai più piccoli, ora è un linguaggio utilizzato per generi diversi, dall'horror alla commedia».

Con una lunga tradizione alle spalle legata soprattutto alla pubblicità, a Milano si concentrano molti studi creativi: «Sono etichette pressoché sconosciute al grande pubblico che per lavorare si devono rivolgere a coproduzioni estere - commenta Franco Serra, consigliere dell'associazione Cartoon Italia che ha sede a Milano -. In Italia, l'unico produttore di ani-

mazione è la Rai che investe circa 16 milioni l'anno, ma la considera ancora alla stregua di prodotti per bambini».

Nemmeno un grande nome come quello di Bruno Bozzetto è riuscito far cambiare idea, racconta il figlio Fabio presente alla tre giorni milanese con il suo studio Alienatio: «L'idea di un sequel in 3D di *Vip mio fratello Superuomo* è stata ridotta a una miniserie di 4 minuti trasmessa la mattina presto».

Della Milano di Bruno Bozzetto, Fabio, a parte il nome e la passione ha ereditato poco: «Negli anni '70 c'era Carosello, le serie duravano anni e dietro avevano un lavoro di mesi che occupava decine di persone. Oggi, con le tecnologie digitali, chiunque può creare effetti spe-



Alienatio. Un frame del video realizzato dallo studio di Fabio Bozzetto per lo Zecchino d'Oro nel 2009: la canzone «Wolfango Amedeo» aveva vinto quell'edizione

ciali in tempi rapidi e a un prezzo decisamente inferiore».

Questione di mercato: «in un panorama dove si è tutto unificato, la pubblicità cerca il modo per differenziarsi e il prodotto animato offre un'alternativa creativa originale» riflette Francesco De Meo che con i suoi tre soci dell'agenzia Dadomani ha firmato spot per la Barilla, per Sky, e ancora per Vitasnella e Freddy. Ed è proprio da questi video che parte la sperimentazione: il 3D del prossimo futuro, ma anche un ritorno all'artigianalità della stop motion e dei pupazzi in plastilina. «In un mondo dove tutto è iperanimato, c'è voglia di riscoprire l'artigianalità non è solo graphic design, ma costruzione manuale che richiede molto più tempo e

TRE GIORNI DI EVENTI

Dove

Il Trick Animation Film Festival si svolgerà a Milano presso il Museo della scienza e della tecnica

Quando

Dal 18 al 20 marzo 2011

Il programma

Proiezioni di corti e lungometraggi in anteprima, retrospettiva sul premio Oscar dell'animazione Bill Plympton, workshop di Miloš Tomic, una sezione su horror e noir



www.trickfestival.it

lavoro di quello che si immagina» aggiunge Gianluca Lo Presti. Tempi che mal si adattano alla produzione di massa: «la cura dell'immagine - spiega - fa parte del nostro dna, per cui spesso ci chiedono sceneggiature disegnate che vengono poi realizzate, proprio come gli abiti o le scarpe, in Cina o in Corea dove i disegnatori lavorano come in catena di montaggio». Storie di ordinaria globalizzazione, cui il festival milanese vuol dare una risposta: «Non ci interessano le grosse produzioni, delle major americane - ribatte Elisabetta Fanti di Esterni -. Il nostro obiettivo è mostrare spaccati di realtà per animare Milano e la vita di tutti i giorni».

Alessandra Bonetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA