

Centro

Cinema, Centro sperimentale eccellenza formato export

Formazione. Sono 231 gli allievi a Roma. Da poco inaugurata una nuova sede a Valencia Il preside De Santis: «I nostri allievi appena escono dal centro vengono subito impiegati»

Eugenio Bruno

Pietro Germi, Michelangelo Antonioni, Gabriel Garcia Marquez, Vittorio Storaro e - in tempi più recenti - Lilliana Cavani, Marco Bellochio, Paolo Virzì: sono solo alcuni degli studenti "celebri" del Centro sperimentale di cinematografia (Csc) di Roma, che dal 1935 a oggi ha formato intere generazioni di registi, attori, sceneggiatori, montatori, tecnici del suono. Grazie alla collaborazione di docenti d'eccezione come Giuseppe Rotunno, Piero Tosi, Andrea Crisanti, Roberto Perpignani che, ognuno nel proprio campo, hanno fatto la storia del cinema italiano. Una tradizione che prosegue e che, attualmente, vede professionisti del calibro di Giancarlo Giannini, Daniele Luchetti o Maurizio Nichetti tra i direttori artistici della Scuola con sede in via Tuscolana, dall'altro lato della strada rispetto a Cinecittà-Istituto Luce, in un'abbazia che fa del quadrante sud-ovest della capitale un pezzo pregiato del distretto romano dell'audiovisivo. Ma la geografia del Csc - che dal 1949 può contare anche sul prezioso lavoro di conservazione e restauro della Cineteca nazionale - travalica i confini regionali, con o cinque sedi distaccate nel resto d'Italia, e nazionali, con una sesta "creatura" appena nata in Spagna.

La formazione dei giovani

Attraverso la Scuola nazionale di cinema il Csc organizza corsi triennali (a numero chiuso e con frequenza obbligatoria) in 10 diverse specializzazioni del mondo cinematografico, rilasciando un diploma che è equipollente a una laurea triennale del Dams e che è molto ambito sul mercato del lavoro. Come conferma il preside Adriano De Santis: «I nostri allievi appena escono dal centro vengono subito impiegati. Negli ultimi due anni - aggiunge - in alcuni dipartimenti non siamo riusciti a diplomare abbastanza allievi rispetto alle richieste del mercato. Grazie soprattutto alla diffusione della serialità». Proprio le serie tv rappresentano al momento lo sbocco principale per sceneggiatori, costumisti, tecnici del suono e - sotto la linea De Santis - (anche l'inserimento dei registi è diventato più veloce). Attualmente - considerando il primo anno del triennio 2020-2022, il secondo del 2019-2021 e il terzo del 2018-2020 - gli allievi nella sede di Roma sono 231. Così suddivisi: 15 per il corso di costume, 18 per fotografia, 18 per montaggio, 27 per produzione, 53 per recitazione; 18 per regia; 24 per sceneggiatura; 19 per scenografia allievi;



Tante le star.

Sopra un fotogramma del provino di Claudia Cardinale al Centro Sperimentale di Cinematografia. Anno accademico 1957-1958. Recitazione / Petrucci, Antonio (1957)

28 per suono e 10 per visual effects supervisor & producer. Si tratta dell'ultimo arrivato in casa Csc, un corso - come racconta il preside - che «consente di aggiungere alle competenze dei tecnici degli effetti speciali anche quelle manageriali e di produzione».

La didattica a distanza

Come tutte le università e gli istituti scolastici d'Italia anche la Scuola nazionale di cinema in questi giorni è alle prese con l'emergenza coronavirus. E con la sfida dell'e-learning, che per alcuni corsi è più facile, per altri meno. Ad esempio la parte laboratoriale, «che da noi però - racconta ancora De Santis - rappresenta la quasi totalità delle lezioni». Ma ci si sta industrializzando. Per sceneggiatura e produzione l'attività didattica si è spostata sul web attraverso le varie piattaforme che consentono di andare live. Per montaggio la soluzione spesso passa da Skype per le lezioni e dai link dei lavori inviati via mail. Per le aree interdisciplinari si sta lavorando a ricreare da remoto la stessa compresenza che in genere vede i

ragazzi delle varie specializzazioni riunirsi in sala cinema per ascoltare i docenti degli insegnamenti più "teorici".

La produzione

Da anni Centro sperimentale significa anche produzione cinematografica. Non solo insegnata ma anche applicata sul campo grazie al lavoro della Csc production che nell'ultimo decennio si è mossa lungo tre filoni produttivi. Il primo riguarda i corti degli allievi, che possono essere di due tipi: i laboratori (6) e gli esercizi (6) del secondo anno, che vengono girati a Roma e dintorni con un budget di 10 mila euro; i saggi di diploma (sempre 6), che hanno il doppio del budget e una location libera.

Il secondo ambito di produzione è costituito dalle opere prime per l'esordio alla regia degli ex allievi, in cui l'ex studente di regia sta dietro la macchina da presa e i suoi ex colleghi in genere sono i capi reparto per sceneggiatura, fotografia, scenografia, costume, recitazione, montaggio, suono. Film che fanno il giro di festival e in alcuni casi vengono anche premiati, come *Dieci*

inverni di Valerio Mieli o *La ragazza del mondo* di Marco Danieli.

Terzo e ultimo filone i service di produzione e audiovisivi per commesse esterne, ad esempio spot, promo e filmati per ministeri, istituzioni, enti. Con alcuni dei quali (il Mibact e Istituto Luce-Cinecittà) il rapporto è infatti all'ordine del giorno.

L'internazionalizzazione

Pur mantenendo il cuore a Roma da anni il Centro sperimentale ha allargato i suoi "interessi" al resto d'Italia, con cinque sedi attive a Torino, Milano, Palermo, L'Aquila e Lecce. Ma la nuova frontiera è l'estero. Le ultime tracce portano in Cina, con cui prima dell'emergenza era attivo un fitto scambio di studenti, docenti e coproduzioni, e in Spagna. Dove è stata inaugurata la sede di Valencia, realizzata insieme alla scuola iberica di disegno, moda e design Barreira e dotata di cinque dipartimenti: regia, scenografia, fotografia recitazione e montaggio. Il *core business* del Csc in formato esportazione.

LA SOCIETÀ DI E-LEARNING

Skilla si consolida con investimenti nelle start up

Il brand marchigiano è tra le prime 30 aziende europee di digital learning

«Siamo ormai dentro una grande sperimentazione di massa di nuove modalità di lavoro più agile e alla lunga, ne sono sicuro, più produttivo, ma si dovrà lavorare su un enorme processo di acquisizione di nuove competenze tecnologiche, psicologiche e professionali: per questo l'e-learning è la modalità che si sta utilizzando e sarà sempre più utilizzata». Guarda avanti e con ottimismo Franco Amicucci, sociologo, formatore e fondatore, vent'anni fa, di Skilla, la prima e-learning company italiana specializzata nello sviluppo di soluzioni per innovare formazione e comunicazione interna. C'è uno stretto legame tra e-learning e smart working, «che in questi giorni rappresenta la più grande esperienza mai realizzata a livello internazionale»: queste modalità «sono possibili per i lavoratori della conoscenza e per tutte le attività che possono utilizzare le strumentazioni digitali». La grande sfida che sta davanti a Skilla è di occuparsi della grande componente rappresentata dal lavoro operativo: dal metalmeccanico al commercio, dalle forze dell'ordine all'artigianato, dalla sanità ai servizi alla persona che in questi giorni vivono le conseguenze più pesanti dell'emergenza.

Negli anni Duemila, Amicucci andava in onda a notte fonda su Rai2 e sui primi canali satellitari per tenere lezioni di soft skills: oggi Fowsay, prima società europea di rating nel campo delle risorse umane, ha inserito il brand marchigiano tra le prime 30 aziende internazionali di digital learning presenti nel nostro continente. Del resto, i clienti si chiamano FCA, Bulgari, Cementir e tante altre multinazionali presenti nel mondo: per tutti loro, sono in 34 a lavorare dalla sede di Civitanova in 18 lingue, tra le quali cinese, coreano, giapponese e turco.

Ben 8 dottorati di ricerca sono stati dedicati alle metodologie innovative di Skilla e un comitato scientifico con oltre 20 cattedre universitarie ha accompagnato la crescita dell'azienda, che prosegue con percentuali a doppia cifra: «Puntiamo a un nuovo scatto nel 2020, tra il 18% e il 25%, nonostante la crisi», dice Amicucci. Crisi che non impedisce 6 nuovi assunzioni e un progetto di più marcata espansione verso l'estero, dove Inghilterra, Germania e Stati Uniti rappresentano oggi i primi tre mercati di riferimento.

L'azienda è in piena fase di passaggio generazionale, con l'ingresso nella gestione della società di Marco e Federico, figli del fondatore. La definisce «generazione Erasmus», che sta dando un forte impulso creativo e di innovazione tecnologica, con tante nuove soluzioni per la formazione a distanza: studi televisivi immersivi, applicazioni per l'apprendimento, software per produrre con facilità corsi e-learning da parte delle aziende, certificazione digitale delle competenze. E poi l'ingresso di Francesca Bertinotti, con un passato in Endered, multinazionale del welfare, chiamata a dare ancor più velocità alla crescita. Tre le direttrici indicate: la costruzione di una rete commerciale dedicata ai grandi clienti, imprese con oltre 500 dipendenti, visto che finora l'azienda è cresciuta «con un mix tra la grande tradizione del passaparola, il mondo molto ristretto delle HR della grande impresa e il marketing digitale, che ci ha finora caratterizzato»; il consolidamento e l'allargamento del partner che distribuiscono corsi e soluzioni digitali in Italia e soprattutto all'estero; un'attenzione al mondo della piccola e media impresa, «che sta iniziando ora a sperimentare la modalità della formazione online».

L'e-learning è una nicchia di mercato in forte crescita in tutto il mondo: lo è anche in Italia e gli avvenimenti di questi giorni ne hanno accentuato l'importanza e presentata e diverse modalità di erogazione e differenti mercati. «La nostra scelta strategica del 2020 - anticipa Amicucci - è iniziare a investire in start up capaci di integrare e ampliare la nostra offerta, per consolidare la leadership di mercato in termini di innovazione dell'apprendimento nelle grandi organizzazioni». Per ora, Skilla è entrata in due start-up: teyuto.com, selezionata tra le tante soluzioni presenti per lo streaming televisivo come «la migliore per la molteplicità di servizi per la realizzazione di video formativi e grandi eventi», e maestro.it, portale sul quale sono posizionati corsi tenuti da Sergio Castellitto, Milo Manara, Rossella Brescia, Valerio Massimo Manfredi e tanti altri artisti di fama. Ma Amicucci non si ferma e guarda, per la seconda parte dell'anno, a start-up operative nell'ambito dell'intelligenza artificiale, che possono integrare i modelli e gli ambienti tecnologici di Skilla, «per calcolare quello che sarà uno dei trend del decennio, quello dell'apprendimento personalizzato e predittivo».

—MI.RO.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'AZIENDA PRODUTTRICE DI AMPLIFICATORI E TESTATE PER BASSI ELETTRICI

Markbass cresce tra tradizione e ingegneria

Alla vigilia del ventesimo compleanno l'impresa esporta da Chieti in 60 paesi

Enza Moscaritolo

Una passione per l'elettronica e un forte spirito imprenditoriale. Ha iniziato così Marco De Virgiliis, general manager e fondatore della Markbass, con sede a San Giovanni Teatino, in provincia di Chieti, produttrice di casse e amplificatori per basso elettrico che si è guadagnata un posto nell'olimpo delle aziende di settore, accanto a quelle storiche, inglesi e americane, grazie alle numerose innovazioni introdotte «che i nostri competitor ci invidiano». La Markbass, fondata nel 2001, oggi conta circa 40 dipendenti e ha un fatturato di 10 milioni di euro (2019), una produzione di circa 3.500 pezzi al mese tra casse e amplificatori. Esporta in 60 paesi nel mondo e ha conquistato bassisti di fama mondiale come Marcus Miller (che con l'azienda abruzzese ha firmato anche una linea che porta il suo nome), Alain Caron, Richard Bona. Qualcuno l'ha paragonata alla "Ferrari" delle imprese del suono nel cuore della

regione verde per eccellenza.

«Ci caratterizza un processo d'ingegnerizzazione molto spinto - spiega De Virgiliis - si parte da un'idea iniziale, si valuta la fattibilità con riunioni tecniche con il team di ingegneri e collaboratori e si procede poi spediti». Tutto ebbe inizio nel 1996 quando decise di lasciare l'azienda per la quale lavorava e di fondare la Parsek perché «da appassionato di musica e di elettronica, anche se non ho portato a termine l'università, avevo intuito che c'erano esigenze e tendenze nuove nella musica, e soprattutto volevo essere autonomo e realizzare i prodotti a modo mio». Così De Virgiliis iniziò ad assemblare i primi prototipi e a proporli da solo in giro per l'Italia. «Nel primo anno ho viaggiato per 120 mila chilometri per vendere i miei prodotti - ricorda - dovendo spesso scegliere se fare la benzina per tornare a casa o comprare un panino».

Dopo una breve esperienza con un partner americano, nel 2001 nasce il marchio Markbass, oggi rinomato in tutto il mondo per aver introdotto sul mercato gli altoparlanti al neodimio: con questa tecnologia innovativa, infatti, è possibile realizzare prodotti assai più leggeri rispetto a quelli tradiziona-

li, e al tempo stesso altamente performanti. I vantaggi sono notevoli se si pensa che una cassa standard pesava 35 kg, mentre oggi si raggiunge quota 20 kg, agevolando notevolmente i musicisti che hanno da sempre il problema del trasporto dei materiali per i concerti. «Quando ho iniziato io ad usare il neodimio nessuno ci credeva e dicevano che il suono non era lo stesso - precisa con orgoglio - oggi, invece, tutti usano il neodimio. Sono riuscito a realizzare il mio sogno senza aver nessun supporto alle spalle o esperienze imprenditoriali di famiglia che potessero in qualche modo indirizzarmi». I primi anni sono stati caratterizzati da una crescita esponenziale. La ricetta di De Virgiliis che mette insieme approccio creativo a severi studi di ricerca in fisica e quantitativa risulta vincente.

E alla vigilia del ventesimo anniversario, con numerosi eventi in programma in giro per il mondo partendo da Los Angeles, Markbass allarga i suoi orizzonti con la produzione di corde, grazie all'acquisizione della D'Orazio Strings, uno degli storici produttori di corde abruzzesi dal 1859 a Salle, e con il lancio di una linea di bassi elettrici, creata avvalendosi della collabora-

zione di numerosi maestri e liuti delle botteghe locali che sono entrati a far parte stabilmente del team Markbass. «Forse non molti sanno che in passato l'Abruzzo è stata la patria di quasi tutti i produttori di archi - spiega - ho deciso di continuare la storia e la tradizione di queste antiche stringhe da maestro. L'arte della creazione di stringhe è nata in questa regione e molti grandi marchi nel mercato mondiale di oggi possono tracciare le proprie origini qui, è una storia fatta di mani esperte, duro lavoro, sacrifici e tanto genio, caratteristiche tipiche della gente abruzzese. Abbiamo fuso questa tradizione con il know-how Markbass sull'esperienza produttiva, la selezione di materiali innovativi e il massimo controllo di qualità».

Pur essendo una media impresa di livello internazionale la Markbass punta, dunque, sullo spirito artigiano e su quello di squadra. Qui non ci sono cartellini da timbrare (tranne che in produzione), c'è la palestra e il bar: «L'azienda per le persone - ama ripetere De Virgiliis - qui siamo una grande famiglia. Il mio modello è Adriano Olivetti, per me il fattore umano è fondamentale».

Marco De Virgiliis. È general manager e fondatore della Markbass, con sede a San Giovanni Teatino, in provincia di Chieti, produttrice di casse e amplificatori per basso elettrico



© RIPRODUZIONE RISERVATA