

UFFICIO STAMPA FRANCESCA MAFFINI / ACHTOONS SRL

MANIFESTAZIONI.COM

CULTURA E CINEMA

VENERDI 2 APRILE 2010

ACHTOONS, UNO STILE AZIENDALE ANIMATO!...DIECI ANNI DI SUCCESSI



Achtoons, uno stile...animato! Dieci anni di successi
La casa di produzione italiana lancia ad aprile 2010 il format originale "L'Arte con Matì e Dadà" target preschool e traccia un bilancio

Quando:

il 18/04/2010

Dove:

Bologna (Bologna) - Emilia-Romagna

Tipologia:

Arte / Cultura, Cinema / Film, Spettacolo per bambini

Servizi:

Biglietti, alberghi, mappa, meteo, ecc.

Bologna - Dal 2000 ad oggi ha fatto incetta di premi e riconoscimenti nazionali ed internazionali: dal podio ottenuto al concorso dei progetti al Festival di Annecy 2000 alla menzione speciale al Pitch Me! Italia di Cartoons on The Bay nel 2005 dal premio tecnico della pubblicità Mediastars XIII° edizione fino al prestigioso riconoscimento a Seoul per progetto di serie animata Skypopolis Center selezionato finalista nell'estate 2009: Achtoons srl - casa di produzione e agenzia di comunicazione specializzata in studio e sviluppo di characters originali e testimonial di fantasia - fa onore all'Italia e rappresenta un'isola di eccellenza nell'ambito dei cartoni animati.

La coppia d'oro di Achtoons srl è composta dall'amministratore unico e produttrice esecutiva della società Giovanna Bo, che ha vinto il premio nazionale Premio Piazza Mercanti 2009 come imprenditrice innovativa assegnato al Teatro La Scala di Milano; e l'imprenditore Massimo A. Scandroglio, che dal 2004 è entrato nella compagine sociale attraverso la sua controllata G.S.T. Capital Partners.

Il brand di Achtoons - seppur nella versatilità - è la riconoscibilità di uno stile aziendale, che non si

omogeneizza sugli standard, ma fonde elementi di "personalità d'impresa" voluta e ricercata attraverso mirate e coraggiose scelte. Un marchio d'impresa che festeggia nel 2010 un traguardo importante: dieci anni di carriera. Un riconoscimento che coincide con il debutto della nuova serie a cartoni animati "L'arte con Matì e Dadà" - un vero e proprio progetto di edutainment culturale destinato al target preschool - realizzato con Rai Fiction.

Mentre è in corso di lancio e messa in onda su Rai Tre, nel programma "È Domenica Papà", Achtoons srl ha appena concluso altri importanti progetti: per Rinascimento - Teddy spa il filmato in animazione per la formazione interna aziendale; per Acqueveronesi scarl produzione del cartoon "Avventura nel Ciclo dell'Acqua", progetto educativo per le scuole elementari e medie del veronese; Micro Il Circo cortometraggio del giovane autore Ettore Tomas co-prodotto con i finanziamenti del Ministero delle Politiche Giovanili, progetto Pogas, in sinergia con l'Emilia Romagna FilmCommission (www.regioneanimata.it)

Nel decennio Achtoons si è imposta all'attenzione del mondo dei media e della pubblicità, grazie alla Campagna Scuola Kinder Ferrero 2007 Smile&Go, realizzata per conto di Magnolia spa, con la creazione di personaggi e collaborazione alla realizzazione del dvd allegato alle merendine; realizzazione dello spot tv Microcredito-Cipsi per l'agenzia di comunicazione Menabò di Forlì, insignito del premio tecnico della pubblicità Mediarstars XIII° edizione; alcuni video-pillole per le canzoni dello Zecchino d'Oro.

Nel campo dei lungometraggi animati Achtoons ha collaborato: all'animazione del lungometraggio a cartoni animati Dodo prodotto da Cartoon Film di Berlino; ai film Totò Sapore ed Aida degli Alberi per Lanterna Magica; alle animazioni del documentario Alice è in Paradiso per la regia di Guido Chiesa in collaborazione con Fandango Productions.

All'attivo la casa di produzione ha parecchi cortometraggi: ad esempio The Skyscraper, Aesthesis tratto dai versi della poetessa Szimbowska, la sigla del Future Film Festival sezione Kids, I would like to be a Christmas tree, primo videoclip della band cartoons Le Kactoons, distribuita da Buongiorno Vitaminic per il mobile Entertainment.

Di fatto, Achtoons è un'azienda in crescita che si muove oggi su un triplice binario: quello della ideazione, realizzazione e produzione di progetti e format originali a cartoni animati propri che portano integralmente la firma dello staff Achtoons; quello della realizzazione - in collaborazione e per conto di altri committenti - di sezioni e parti di lungometraggi, spot, produzioni cinetelevisive, documentari, siti web; infine quello dell'uso dell'illustrazione e dell'animazione come linguaggi versatili ed accattivanti per la innovativa ed ottimale comunicazione aziendale dei prodotti della pubblicità o delle campagne a tema socio-culturale, ambientale, educativo-didattico, filmati istituzionali oltre ad animazioni ed interfacce grafiche per dvd, cd rom e per il web.

A capo di Achtoons una donna, origini parmensi, residenza bolognese: Giovanna Bo, 38 anni, imprenditrice e sceneggiatrice.

Dottoressa Bo, quali sfide ulteriori si pone oggi Achtoons?

Tenere alta la qualità del lavoro. Attraverso nuove partnership, Achtoons intende sviluppare sempre di più l'area della comunicazione in animazione proponendo alle istituzioni e alle aziende soluzioni integrate, dalla creazione del testimonial alla declinazione dello stesso sui vari supporti tradizionali (belowe e above the

line) e new media.

Quali sono i settori in cui spazia Achtoons?

Noi creiamo principalmente immagini animate: facendo un gioco di parole, in una società d'immagine, noi puntiamo sulle "immagini di sostanza", le "immagini a cartoni animati" piene di contenuto, di originalità, di positività. Partendo dal presupposto che conoscenza è stile di vita spendibile, offriamo parecchi servizi, a partire dall'ascolto delle esigenze del cliente con cui costruiamo una strategia di rete che punta a valorizzare il progetto: si spazia dalla consulenza creativa all'ideazione e restyling di mascotte e testimonial di fantasia; dalle operazioni più classiche di character design alla declinazione del character su prodotti della comunicazione istituzionale (ad esempio brochure, folder), fino alla proposta e realizzazione di prodotti audiovisivi ed interattivi in animazione, spot pubblicitari, presentazioni aziendali, advergames, format multiplatforma e -per chi li chiede - format originali. Questo e molto altro.

La società vive cicli di cambiamento. E il mondo dell'impresa è competitivo e registra l'andamento dei flussi e riflussi economici. Achtoons in cosa sta investendo oggi?

Nella qualità, nelle professionalità, nella sinergia e nei valori etici d'impresa. Bisogna crederci, farlo trasparire dai progetti e dalle scelte aziendali, impegnarsi giorno dopo giorno. L'economia vive cicli in costante cambiamento, ma lavorare partendo dalla passione e dall'idea di creare qualcosa di positivo non solo per se stessi ma anche per gli altri, è un ottimo carburante. Il format a cartoni animati L'Arte con Matì e Dadà è un chiaro esempio di tutto questo: scommettere sulla cultura, sul patrimonio storico-artistico dell'umanità coniugato ad un multimedia come i cartoni animati in tv, sulle nuove generazioni. Ne è un esempio il progetto per Acqueveronesi scarl produzione del cartoon "Avventura nel Ciclo dell'Acqua", progetto educativo per le scuole elementari e medie del veronese".

Nomen omen. Quando avete pensato al nome dell'azienda, avete scelto Achtoons. Perché?

Nel 1999 Achtoons era giovanissima: abbiamo fuso in una crasi i termini achtung e cartoons. Attenzione, cartoni animati: il logo era una simpatica ma incisiva mina rossa punteggiata di matite appuntite colorate. Ci piaceva e l'abbiamo mantenuto. Oggi, portiamo avanti con spirito critico (dunque, la matita appuntita lascia il segno) l'attenzione sia al mondo che ci circonda che alle persone a cui ci rivolgiamo come target e come clienti. E manteniamo salda la barra del timone sui cartoni animati. Crediamo in un modo di fare impresa attento ai dettagli e alla realtà, non soltanto al comparto finanziario. Il cartone animato non deve essere una sorta di matrix-parossistico, né una serie di bytes sui computer, ma un ponte verso la realtà, verso il sogno e verso l'uomo, realizzato sì con tecnologie moderne e d'avanguardia, ma con un cuore artigianale.

Cuore pulsante di Achtoons è indubbiamente la passione con cui Lei sta portando avanti progetti e obiettivi. E poi ci sono i collaboratori.

Certo, scegliamo su ogni progetto, collaboratori e consulenti esperti: imprescindibile in un'azienda come la nostra, il lavoro di squadra, di rete. Come un cartone animato, la creazione di un sito web o di uno spot sono espressione di un'opera corale, così il "coro" deve essere intonato. Ho trovato negli anni autentici talenti che hanno lavorato per e con Achtoons: restando su tempi recenti, penso allo sceneggiatore canadese Gerald Lewis; penso ai bravissimi doppiatori italiani Emanuela Pacotto e Davide Garbolino voci rispettivamente della bimba Matì e dell'ovetto Dadà nel format L'Arte con Matì e Dadà; all'illustratore, storyboarder e animatore argentino Mauricio Assone; ma anche all'ottima Augusta Eniti esperta di didattica

museale.

Da quale analisi del mercato Achtoons è partita per creare il format "L'Arte con Matì e Dadà"? Tra satellitare e canali in chiaro delle reti pubbliche e commerciali, qual è l'offerta oggi - quanto a cartoni animati - per i bambini, a suo giudizio?

Forse deludo le aspettative di chi cerca, dietro ad una idea vincente, necessariamente una ricerca di marketing. Prima di tutto L'Arte con Matì e Dadà nasce da una passione, quella per l'arte. Che, coniugata con i cartoni animati, diventa modalità innovativa e forte per fare cultura visiva in tv. L'analisi fatta successivamente, l'entusiasmo con cui l'idea è stata accolta in RAI, hanno evidenziato una quasi totale assenza di format di questo tipo. C'era il francese Le Musée Amusant, misto live e cartoon ma ormai estremamente datato; c'è "Un minuto al museo", sempre prodotto in Francia, micro pillole dove due buffi personaggi, visitando il museo, si fermano davanti ad un quadro e lo commentano con battute e gag. Nulla a che vedere con l'approccio adottato da noi: un piccolo pretesto narrativo, della vita quotidiana di una bambina normale e speciale insieme, che porta a conoscere direttamente il pittore e, attraverso giochi visivi, animazioni delle opere d'arte, mette in luce pochi e cruciali elementi della sua poetica artistica. Il rischio che ci siamo presi è quello di creare un prodotto di nicchia, ma credo che la simpatia e spontaneità di Matì e Dadà conquisteranno anche chi desidera dalla tv l'intrattenimento. Sempre intelligente. Ad oggi la tv offre cartoon di vario tipo, spesso basati su avventure, battaglie, oppure storie di fate e gruppi di amici. Una bella storia, una trama avvincente offrono sempre spunti di insegnamento: valori come l'amicizia, lo spirito di gruppo, la solidarietà, sono veicolati anche da storie che non necessariamente vogliono educare. Oltre a questi valori io credo molto anche nell'educazione visiva. Abituare i nostri occhi al bello. Stimolare la riflessione e lo spirito critico. Raccontare la storia di chi ha scelto altre modalità (la pittura, la scultura, la musica) per esprimere il suo mondo interiore e parlare al mondo.

Rispetto a quando Lei era una bambina, come è cambiato il mondo dei cartoons?

Sono cresciuta con i classici Disney e Warner, oltre che i grandi manga degli anni '80, da Heidi a Candy Candy, da Lady Oscar a Gig Robot d'acciaio. Onestamente guardavo tutto. Oggi l'offerta si è moltiplicata. È difficilissimo avere serie tv lunghe e ripetute come un tempo; questo spesso crea un fenomeno di "usa e getta" anche nel cartoon. La vera scommessa è quella di perpetuare la forza ed il valore di un personaggio, e trovare la chiave giusta per fare in modo che questo accada. Con le grandi major che investono in promozione il doppio di quello che investono in produzione, parrebbe un po' la battaglia di David contro Golia. Ma accettiamo la sfida.

Indispensabile è la multimedialità della property che si costruisce: la capacità di questa di portare innovazione e possibilità di applicazioni non forzate su più media.

Matì e Dadà, per esempio, sono cartone animato, ma possono sposare l'editoria con approfondimenti di contenuti, ed il web con giochi visivi interattivi. Ovvero ogni media può essere a sé stante e creare valore aggiunto; non è la mera copia di un altro.

Carta d'Identità - Achtoons

Achtoons Srl

Via: P.zza VII Novembre 1944, 8

cap: 40122 Bologna

Coordinate georeferenziate Greenwich: 1

Telefono: 39 051 6495090

Fax: 39 051 5286760

Mail Segreteria: info@achtoons.it

sito web: www.achtoons.it

P.Iva. 02163581206

Sito web dell'evento: <http://www.achtoons.it/>

*Si declina qualsiasi responsabilità derivante da inesattezze nei dati dell'evento sopra riportato.
Per informazioni si invita a contattare l'organizzatore o uno dei promotori ufficiali della manifestazione.*

Legenda

 indica segnalazioni di "Partner Certificati" di Manifestazioni.com;

 evidenzia manifestazioni sponsorizzate con la funzione "Top elenco".

Le ultime manifestazioni segnalate in Emilia-Romagna:

TITOLO	DATA	LOCALITÀ	TIPOLOGIA
Achtoons, uno stile...animato! Dieci anni di successi	18/04/2010	Bologna (BO)	Arte e Cultura Cinema e Film Spettacoli per bambini
Cast All Games 2010	15/05/2010- 16/05/2010	Castel Bolognese (RA)	Feste e Sagre Sport e Gare Eventi enogastronomici