

## Manifestazioni

# Filmmaster conquista la regia dell'Expo 2015

## Ora con il Fondo italiano un maxipolo degli eventi

MILANO — Dalle cerimonie delle Olimpiadi di Torino 2006 al «flag handover» (la consegna della bandiera olimpica) a Londra 2012, passando per l'inaugurazione del Juventus Stadium nel 2011 (in foto) al Cinquantenario di Nutella quest'anno. E ora anche Expo 2015. Filmmaster Events, che nel 2011 si è aggiudicata in partnership anche le cerimonie e il viaggio della fiamma olimpica di Rio 2016, aggiunge un'altra pagina di storia al suo book. La società specializzata nella creazione e nella produzione di eventi ha vinto la gara ed è diventata Official Supplier e Provider per tutti gli eventi di promozione dell'esposizione universale di Milano. Il contratto, che ha come importo massimo tre milioni di euro, rappresenta un'ulteriore tappa nella crescita di un'azienda nata nel 1976

con il mondo degli spot pubblicitari («Una telefonata allunga la vita» con Lopez e Solenghi, per ricordarne uno dei tanti), diventata leader con l'advertising (27 leoni vinti al Festival di Cannes) e che ha saputo allargare il business e uscire dai confini nazionali.

«Filmmaster Events — dice l'amministratore delegato Antonio Abete — è nata all'inizio degli anni 80 da un'intuizione di un socio storico di Filmmaster, Stefano Coffa (uno dei fondatori con Giorgio Marino e Sergio Castellani, scomparso lo scorso aprile, ndr), che capisce l'importanza di spostarsi sugli eventi. Dal 2000 il mondo degli eventi ha avuto una grandissima crescita: oltre a lavorare per il mondo corporate, grazie alle nostre expertise siamo diventati una società leader nella produzione di grandissimi

eventi». Nel 2002 Filmmaster Events cura la produzione delle cerimonie del flag handover dei Giochi invernali di Salt Lake City e fa il salto nei grandi eventi internazionali, come l'apertura e la chiusura degli Europei di calcio del 2012, fino a

vincere la gara per Rio 2016.

«Quest'anno — dice Abete — si è aperta la terza fase di sviluppo, con la produzione di contenuti per i parchi tematici e per i grandi mall internazionali, cioè per quei contenitori che ospitano

decine di migliaia di persone. Da luglio è on air per la prima volta un nostro show permanente, *Enigma*, per il parco tematico di Cinecittà World». Oltre all'Italia, Filmmaster Events ha come mercati di riferimento il Regno Unito (ha appena aperto una sede a Londra), la Spagna e l'area del Golfo. L'obiettivo è quello di aprire nuovi uffici in diversi Paesi in tutta Europa (Spagna, Germania, Russia, Turchia) nei prossimi 3-5 anni. «Da società italiana ci siamo trasformati in società con respiro internazionale. Rappresentiamo un made in Italy che non ci si aspetta, che unisce la creatività alla capacità di fare produzione». La sfida del futuro è creare show sempre più complessi e sofisticati che vivano di vita propria, con l'ambizione di gestire grandi spazi mondiali. E in questa sfida Filmmaster sarà aiutata da una struttura azionaria più forte: è notizia di pochi giorni fa l'ingresso del Fondo Italiano d'Investimento, che ha acquisito il 15,3% della nuova holding Filmmaster-Ien, partecipata al 35,7% da Cinecittà Entertainment.

**Fausta Chiesa**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

