



Athens Central Film Productions

More than you expect!

Με αφορμή τη συμπλήρωση 10 χρόνων από την ίδρυση της ATHENS CENTRAL, μιλάμε με τον πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο, Ανδρέα Τσιλιφώνη.

Γράφει ο ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ



adb: Πριν από ήλιες μέρες η CENTRAL «έκλεισε» τα δέκα της χρόνια. Ποια είναι η αποτίμηση αυτής της πρώτης δεκαετίας;

A.T.: Θα ήθελα από την ερώτησή σας να ξεχωρίσω την έννοια «πρώτη δεκαετία», διότι όλοι στη CENTRAL αισθανόμαστε ότι είμαστε σε ένα σημείο που κάτι καινούργιο ξεκινάει: Η δεύτερη δεκαετία. Κι αυτό είναι το πιο σημαντικό για εμάς. Από την πρώτη μέρα που η Βασική ομάδα ξεκίνησε τη CENTRAL, πιστεύαμε -και πιστεύουμε ακόμη- πως αυτό που ξεχωρίζει μια εταιρεία παραγωγής είναι η προσωπική εμπλοκή των στελεχών της σε καθένα project. Η παραγωγή ταινιών δεν είναι βιομηχανία. Δεν έχει τυποποίηση, δεν έχει επανάληψη. Καθένα σενάριο είναι και πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν μια νέα πρόκληση, μια αφορμή για καινούργια προσέγγιση, σαν ένας δημιουργικός διάλογος με τους πελάτες μας, με στόχο μια ξεχωριστή, διαφορετική και απόλυτα αποτελεσματική ταινία.

adb: Και ποια είναι τα «εργαλεία» για να το πετύχετε αυτό;

A.T.: Το είπα και πριν. Οι άνθρωποι. Τα στελέχη της CENTRAL. Μην ξεχνάτε πως οι εταιρείες παραγωγής στην Ελλάδα έχουν μια ιδιομορφία σε σχέση με το εξωτερικό. Σε όλο τον κόσμο μια εταιρεία παραγωγής είναι τόσο καλή όσο οι σκηνοθέτες που αντιπροσωπεύει σε αποκλειστικότητα. Στην Ελλάδα όλες (ή τουλάχιστον οι σημαντικότερες) οι εταιρείες παραγωγής δουλεύουν με όλους τους Έλληνες σκηνοθέτες. Άρα, η διαφοροποίηση πλέον μετατίθεται μόνο στον παραγωγό, στην ομάδα του και στο όραμα που πρέπει να έχουν.

adb: Οι σκηνοθέτες όμως είναι πάντα η «αιχμή του δόρατος» για μια εταιρεία παραγωγής...

A.T.: Σίγουρα, αλλά παίζει πολύ μεγάλο ρόλο και το «χέρι» που κρατάει το δόρυ. Εδώ θα πρέπει να θυμίσουμε ότι είναι γνωστό πως η CENTRAL είναι ένα πολύ καλό φυτώριο για νέους σκηνοθέτες, με αποτέλεσμα πολλοί από την A-list των Ελλήνων σκηνοθετών να είναι αυτοί που πρώτοι πιστέψαμε στο ταλέντο τους, τους υποστηρίξαμε και τους δώσαμε την ευκαιρία να κάνουν τις πρώτες τους ταινίες. Επιπρόσθετα η CENTRAL -λόγω των διεθνών διασυνδέσεών της- ήταν η εταιρεία που «έφερε» τους περισσότερους ξένους σκηνοθέτες που δούλεψαν πρώτα για εμάς, αλλά αργότερα και για τις άλλες εταιρείες παραγωγής. Μάλιστα, πάντα φροντίζουμε να φέρνουμε σκηνοθέτες που έχουν ειδίκευση σε ένα σπλιτ ταινιών (π.χ τρόφιμα, παιδιά, αυτοκίνητα, μαλλιά, χιούμορ κ.λπ.), ώστε πάντα οι πελάτες μας να έχουν επιλογή ανάμεσα στα καλύτερα «ονόματα» του διεθνούς χώρου.

adb: Σε ποιους τομείς αναπτύξατε δραστηριότητα;

A.T.: Είναι γεγονός ότι στην πρώτη δεκαετία είχαμε εκπληκτικές εμπειρίες και στους τρεις τομείς που δραστηριοποιείται η εταιρεία. Κάναμε περισσότερες από 400 παραγωγές ελληνικών διαφημιστικών ταινιών με γύρισμα και πάνω από 1.500 post-only, περίπου 100 services για αλλοδαπές εταιρείες παραγωγής και τουλάχιστον 50 events.

adb: Ποια project θα ξεχωρίζατε από κάθε τομέα;

A.T.: Από την παραγωγή ελληνικών διαφημιστικών θα ξεχωρίζα την ταινία για τη NOVA «Put the kot down», όχι μόνο γιατί είχε ένα εκπληκτικό σενάριο -που πιστεύω πως η ομάδα μας το παρουσίασε με τον καλύτερο τρόπο-, αλλά διότι δημιούργησε παράλληλα και τη μεγαλύτερη παράπλευρη δημοσιότητα που έχει προκληθεί ποτέ, δείχνοντας έτσι τη δύναμη μιας διαφημιστικής ταινίας 35". Από τα production services θα ανέφερα το «Amazing Race» που αναλάβαμε για λογαριασμό των BRUCKHEIMER/CBS. Εδώ οργανώσαμε 170 άτομα και 14 συνεργεία λήψης σε ένα ξέφρενο κυνηγητό 7 ζευγαριών διαγωνιζόμενων, κάτω από τις πιο αντίξοες καιρικές συνθήκες που συνέβησαν στην Ελλάδα για 72 συνεχείς

ώρες. Από τα events είχαμε την ευκαιρία (μαζί με τη MAGNA EVENTS) να μας εμπιστευθεί η VODAFONE στο re launch των καταστημάτων της. Ένα γιγάντιο project, κατά τη διάρκεια του οποίου τοποθετήσαμε 34 «πύλες» σε ισάριθμες γειτονιές όλης της Ελλάδας, καλύψαμε με branding Vodafone όλους τους σταθμούς του μετρό, εγκαταστήσαμε δορυφορική σύνδεση σε 100 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα, κάναμε την παραγωγή των διαφημιστικών ταινιών που προσκαλούσαν το κοινό να παρακολουθήσει τις εκδηλώσεις, σχεδιάσαμε και κατασκευάσαμε εντυπωσιακά σκηνικά στην Πλατεία Συντάγματος, προβάλλαμε μοναδικές εικόνες 360 μοιρών σε σφαίρα με 17 μέτρα διάμετρο, την οποία μετατρέψαμε από κατάστημα Vodafone σε πλατό μετάδοσης μιας ζωντανής τρίωρης τηλεοπτικής εκπομπής, στήσαμε ένα pit stop experience για τη Mc Laren Formula 1, οργανώσαμε -για πρώτη φορά στον κόσμο- έναν αγώνα ποδοσφαίρου σε κατακόρυφο γήπεδο, υποστηρίξαμε τεχνικά τη μεγαλειώδη συναυλία του Σάκη Ρουβά κ.ά.

adb: Πώς ξεκινάει η δεύτερη δεκαετία;

A.T.: Το καλοκαίρι που μας πέρασε κάναμε αρκετές συζητήσεις και εκπαιδευτικά σεμινάρια, όπου καταλήξαμε ότι θα πρέπει να προσφέρουμε στους πελάτες μας «περισσότερα από όσα περιμένουν»! Αυτό σημαίνει: νέους συνεργάτες, καλύτερες δημιουργικές προτάσεις, μικρότερους χρόνους εκτέλεσης παραγωγής, χαμηλότερα budget, μεγαλύτερο προσωπικό ενδιαφέρον, περισσότερες εναλλακτικές λύσεις. Το μόντο «περισσότερα από όσα περιμένουν» είναι οδηγός για κάθε μας διερευνητική ιδέα, δημιουργική πρόταση, εκτελεστική απόφαση που πρέπει να πάρουμε σε ένα project. Με δεδομένη την οικονομική κρίση -η οποία φοβάμαι ότι θα μείνει κοντά μας για καιρό- πρέπει να ξεπεράσουμε τον εαυτό μας, να σκεφτούμε νέες πλατφόρμες, να κάνουμε νέες συνεργασίες και να δώσουμε τόσο στους προμηθευτές μας όσο και στους πελάτες μας MORE THAN THEY EXPECT.

