

La missione dell'Art directors club secondo il neopresidente Marco Cremona. A partire dal sito

Oggi la creatività è troppo vecchia

«Più formazione per i giovani e dialogo tra i pubblicitari»

DI ELISA PAVAN

Rivitalizzare l'Art directors club e riportare il suo fondamento sulla valorizzazione della creatività sarà la missione del nuovo presidente Marco Cremona, trentaseienne eletto sabato scorso alla guida dell'associazione dei pubblicitari per il triennio 2008-2010. «Oggi le agenzie italiane sono come squadre di calcio schierate le une contro le altre da allenatori che puntano a vincere il campionato», spiega Cremona a *ItaliaOggi*, «mentre vorrei che si abbandonassero queste magagne di parrocchia e ogni società si comportasse come un giocatore della nazionale che contribuisce alla vittoria della creatività tricolore».

Cremona, direttore creativo di Team Alfa, una struttura del gruppo Young & Rubicam dedicata al cliente Alfa Romeo, raccoglie l'eredità di Maurizio Sala, «che in questi anni ha lavorato molto per ridare peso al marchio Adci verso l'esterno, stringendo importanti accordi e collaborazioni economiche», dichiara.



Marco Cremona

Oggi, però, l'obiettivo principale «è focalizzarmi sull'interno del club, per far crescere il numero di iscritti, ora circa 300, e soprattutto rendere la partecipazione al club appetibile e stimolante

per i giovani. Attualmente abbiamo solo dieci studenti associati, questo significa che l'Adci non è interessante per i ragazzi che studiano per diventare pubblicitari, forse molti di loro nem-

meno ne conoscono l'esistenza». Spazio, quindi, a iniziative di formazione, incontri nelle scuole e suggerimenti degli altri creativi. «Ho trentasei anni e questo mi rende relativamente vicino alle nuove generazioni di creativi, lo scarto generazionale è ridimensionato. Ho poi intenzione di aprire il dialogo con i direttori creativi di tutte le agenzie, chiamandoli uno a uno per sentire quali sono, secondo loro, le problematiche più urgenti e confrontarmi su proposte, idee, soluzioni». Più importanza verrà data anche al sito internet, che dovrà «diventare più ricco in contenuti oltre che migliorare graficamente» e dovrà evolvere anche il rapporto tra l'associazione e i free lance.

Secondo Cremona, che prima di lavorare in Team Alfa ha

avuto esperienze come creativo all'estero, all'agenzia Young & Rubicam di Los Angeles e precedentemente in Brasile, sempre con lo stesso network del gruppo Wpp, «oggi la creatività italiana non vince premi e non sa competere. Rispecchia esattamente la realtà di un paese decadente, vecchio, poco stimolante e per niente stimolato. So che non si può cambiare tutto questo in un batter d'occhio, ma bisogna spingere la trasformazione». E ad affiancare Cremona in questo percorso ci saranno il vicepresidente Stefano Colombo, direttore creativo di Publicis, i consiglieri Alex Brunori, Paolo Cesano, Serena Di Bruno, Till Neuburg, Alessandro Orlandi e Luca Pannese. Andrea Concato, Enzo Sterpi e Stefano Volpi sono probiviri, Pasquale Diaferia è probiviro supplente. Gianguido Saveri è segretario mentre Gabriele Biffi è tesoriere. Maurizio Sala rimane nel comitato direttivo con la carica di direttore scientifico. Infine Patrizia Bolognare sarà delegato e Franco Moretti presidente dell'Adce, Art directors club europeo.