

¿Qui no coneix allò de "Filmax presenta" que sentim quan ens asseiem còmodament a la butaca de qualsevol cinema? De ben segur que ben poca gent, perquè aquesta és una empresa que porta gairebé cinquanta anys en el sector tal com ens explica Julio Fernández, l'empresari que n'està al capdavant junt amb tota la seva família: "Filmax va començar com a distribuïdora amb una època brillant. Va iniciar-se amb una pel·lícula com *Moulin Rouge* que va poder presentar als grans estudis de Hollywood i que li va obrir una mica les portes, però quan les multinacionals es van instal·lar al país les coses no van anar gaire bé a una empresa que era 100% espanyola i això va fer que passés una època molt difícil." Quan fa divuit anys el nostre personatge es començava a integrar en el sector de l'audiovisual, se li va presentar l'oportunitat de comprar la marca: "La nostra entrada en el món del vídeo ens va crear la necessitat de tenir una empresa cinematogràfica, per això vaig prendre la decisió de comprar Filmax, que en aquell moment gairebé només distribuïa pel·lícules de Kung Fu i que em va costar 100.000 pessetes." Des de llavors, el negoci no ha fet més que créixer i ampliar-se: "Em vaig quedar algunes de les persones que hi treballaven, com Manuel Delval, que n'és el més antic i que s'encarrega en l'actualitat de la distribució de cinema, i de mica en mica vam anar fent créixer el negoci." Actualment, el grup que dirigeix Julio Fernández està totalment integrat en el sector: "Tenim diverses empreses agrupades sota una mateixa marca, i cobrim un mercat que va des de la distribució de cinema, vídeo i DVD, fins a la producció de pel·lícules, passant per l'animació, els videojocs i els drets de televisió, que fan que controlem 4000 pel·lícules i unes 10.000 hores de televisió." I tampoc no ens podem oblidar de Filmax Internacional, que "arriba als països més importants del món venent els seus productes tant de producció pròpia com exclusives de tercers." La clau ha estat el treball continu i la il·lusió per seguir endavant i aconseguir arribar a les millors posicions en tots els camps en què es mou: "Hem pogut estar en àrees diverses gràcies al fet que sovint hem optat per fer de paraigua d'altres empreses tecnològiques a les quals hem ajudat. També hem volgut sempre donar suport al nous talents i estem invertint molts diners en el desenvolupament de noves idees, sobretot en el camp del *software*." Èxit que també es deu a una filosofia d'empresa avançada al seu temps: "Comprar drets de televisió per satèl·lit quan aquesta no existia o comprar drets de cable quan encara gairebé ningú en té han estat operacions que ens han permès estar preparats quan ha arribat la gran demanda d'aquest tipus de productes." Tanmateix, afegeix: "De fet, ens ha costat molt que s'entengués la nostra posició en aquesta qüestió, però penso que ja s'està fent." Per a en Julio el sector audiovisual està vivint un moment de canvi, una autèntica revolució que obrirà les portes del segle XXI: "En aquests moments és impossible parlar de cinema sense incloure les noves tecnologies que l'envolten. No podem deslligar la nostra feina de tot el que representa el món de la comunicació i l'entreteniment, i d'això se n'han començat a adonar els grups financers i els propis governs." I és que l'estrena cinematogràfica ja representa solament una part molt petita dels productes que mouen al seu voltant: "S'inverteix sobretot en el futur d'aquell títol, no en les dues o tres setmanes que estarà en el cartell

als cinemes de tot el món, sinó en el que suposarà la seva venda en vídeo, l'adquisició que en faran les televisions de pagament i, més endavant, les d'emissió lliure, també del que suposaran els ingressos per la venda de la banda sonora, del videojoc, en definitiva, de tot el *merchandising* que té al darrere."

Pel que fa al nostre país, les coses també estan en ple procés de transformació: "Des de les institucions s'ha començat a entendre que és un sector al qual convé donar suport, s'ha entès que hi ha una indústria que ha marxat de Catalunya, després d'haver estat durant uns anys el verdader múscul de la producció de cinema a Espanya, que les escoles i universitats estan formant gent amb la mentalitat d'anar a treballar a fora." I continua: "El tema d'una política audiovisual passa per tenir un *star system*, i en això ha estat important el paper de la televisió catalana, però també passa per tenir bons realitzadors, bons tècnics, bons encarregats de vestuari, transports, càterings, etc. És necessària tota una infraestructura i penso que en aquests moments estem en una fase de creixement en noves tecnologies, però que ens manquen professionals capacitats per poder-la fer funcionar." Aquest ha estat també, a parer d'en Julio, un dels problemes a escala política estatal: "S'han donat subvencions a una idea i no a un projecte empresarial, que és molt necessari perquè el sector no perdi el tren de la modernització." No obstant això el nostre protagonista es mira el futur amb il·lusió: "Hem vist que es comença a tenir molt en compte la nostra indústria i n'estem contents tots els empresaris del sector."

Projectes de gran nivell i envergadura estan sortint de Catalunya i estan arribant a tot el món, com ens explica en Julio amb detall: "Algunes de les produccions que vam fer l'any passat, com *Manolito Gafotas*, *La ciutat dels Prodigis* o *Els Sense Nom*, van tenir una recaptació tan gran com la de tota la història del cinema català i això ens fa continuar amb ganes." En relació amb la darrera pel·lícula que esmentava, afegeix: "La primera producció d'un director tan jove com Jaume Balagueró està tenint un èxit inesperat als festivals de tot el món i hem tancat la distribució a països tan diferents com Alemanya o el Japó." Quant a la normalització lingüística, aquest gallec hi ha posat el seu granet de sorra: "Hem jugat fort amb la llengua a Catalunya i hem estat també els primers d'estrenar una pel·lícula en gallec i una en euskera." També de Filmax han sorgit moltes altres bones idees: "Hem creat *Fantastic Factory* que és una línia de productes de cinema fantàstic i de terror que rodarem a tot el món. Això és un fet històric, no havia passat mai fins ara i és que pensem que el que hem de fer és vendre talent tal com fan els americans. D'altra banda, el fet d'haver començat a vendre el projecte abans del rodatge és una fita important. Reclamo que treballem perquè Catalunya es converteixi en la Califòrnia del sud d'Europa, perquè penso que té les condicions per fer-ho."

Immers en la preparació de nous projectes de producció i no perdent mai l'entusiasme que el caracteritza, en Julio Fernández continua tenint l'esperit d'aquell xicot que amb catorze anys va marxar d'un petit poble de la província de Lugo i va arribar a Catalunya amb un munt d'idees per tirar endavant: "Tinc el convenciment que he lluitat sempre per ser feliç i que ho he aconseguit."



“Hem vist que es comença a tenir molt en compte la indústria cinematogràfica i n’estem contents tots els empresaris del sector”

Julio Fernández - Barcelona (Barcelonès)