

Gestructureerd

Hoe komt een skateboardkid via extreme sports tot de wereldvoetballeague? Regisseur Marco Grandia: 'Ik wil gewoon leuke dingen doen.' **CREATIE**

Handig, snel, creatief en vingervlug. Hij is uiterst wendbaar op een skateboard, zelfs met filmcamera. En draait zijn hand niet om voor een verbijsterende goocheltruc met kaarten. Toeschouwers moeten in zijn nabijheid oppassen voor, pakweg, hun horloge. Want als **Marco Grandia** (1974) zijn dag heeft – of een weinig lucratieve week – wordt dat onderdeel van de truc en verdwijnt het in een oogwenk van hun pols naar die van hem. Hoe raakt een geslepen streetkid uit Rotterdam verzeild in de wereld van miljoenenverblindende voetbalprofessionals, manipulerende A-adverteerders en slijke muziek-grootheden? Welke truc lag hieraan ten grondslag? Ogen en oren openhouden, kansen creëren en vooral bereid zijn te leren, daar komt het in het kort op neer in het geval Grandia. De regisseur is autodidact,

geheel passend in de do-it-yourself-filosofie van de skateboardscene.

'Ik begon met skateboards toen ik 13 was', vertelt de regisseur, gezeten aan de eettafel van het Amsterdamse appartement dat hij deelt met zijn Spaanse vriendin (fotografe en camera-assistent) Berta en twee super-sized *attack cats*. 'Beeld fascineerde mij, ik wilde cameraman worden. Dus begon ik mijn skatevrienden te filmen, met z'n allen door nachtelijk Rotterdam. Een Jackass-achtige video met skateboardtrucs en verbijsterend flauwe grappen. Dat resulteerde in twee video's voor een skateboardwinkel. In diezelfde periode werd ik door een vriend gevraagd een videoverslag te maken voor zijn snowboardevenement Air Time. Een filmploeg van Veronica wilde dat materiaal versnijden met hun eigen beelden van de

reünie van dat evenement. Ik stemde toe, op voorwaarde dat ik bij de montage in Hilversum aanwezig mocht zijn.'

In zijn jeugdige bravoure vroeg Grandia of hij bij programmaopnamen als tweede cameraman kon fungeren. Met succes. Het balletje ging verder rollen toen hij door de regisseur van het Veronica-programma, André Freyssen (nu managing partner CCCP in Rotterdam, red.) op sleeptouw werd genomen en allengs zelfstandiger werd als regisseur. Voornamelijk in jongerenprogramma's met extreme sports. Grandia: 'In 1999 mocht ik voor het programma Arrivals, gepresenteerd door Floortje Dessing, op reis. Was behalve voor regie ook verantwoordelijk voor geluid, camera, licht et cetera, maar ging wel mooi naar Canada, Mexico en Costa Rica. Ik heb veel van de mensen om me heen geleerd bij televisie. Een kwestie van veel doen. Natuurlijk heb ik erover nagedacht om naar de filmacademie te gaan. Maar daar leer je in stramien denken. Ik wil dingen op een opener manier benaderen. Je kunt het meeste leren in de praktijk.'

VREEMDE EEND

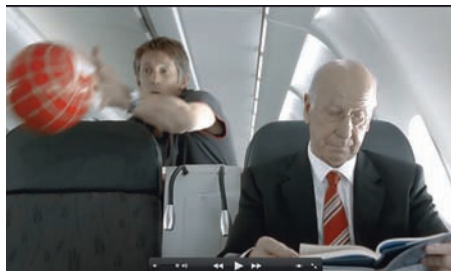
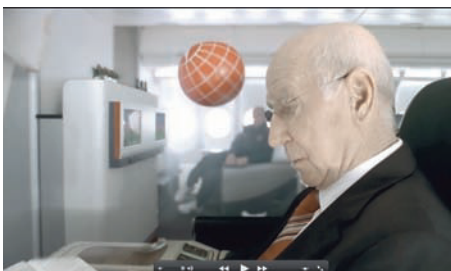
Na verloop van tijd werkte hij voor een aantal omroepen, inmiddels met zijn eigen bedrijf Grandia Enterprises Inc. Platenmaatschappijen volgden: Grandia regisseerde zo'n 50 videoclippen, voor onder andere Extince, Postmen, Aphrodite, Beth Hart, Garde Du Nord, Do, Beef en Kane. 'Mijn eerste clip was voor Brainpower, ook via André. Hij had "iets met een rapper met een bril" voor me. Ik draaide voor het eerst op film. Gelukkig werd Brainpower een groot succes. In totaal heb ik negen clips met hem mogen draaien.' Op zijn 26ste verliet de regisseur de Maas-



Marco Grandia (foto: Jan de Groen)



buiten spelen



Turkish Airlines-commercial

stad voor de hoofdstad. Hij kon direct terecht bij productiemaatschappij G-Spots. In 2005 stapte hij over naar Christel Palace, waar hij onder meer commercials voor Vedior en 3FM draaide. Sinds augustus van dit jaar is hij gaan freelancen. Veel productie- en platenmaatschappijen bellen hem voor de meest uiteenlopende opdrachten, zowel voor tv-commercials en muziekvideo's als extreme sports-registraties en kunstgerelateerde projecten. Of een portret van de beroemde producer Steve Lillywhite, voor Philips. De komende maanden is hij zoet met een wereldwijde campagne voor BMW Duitsland, bestaande uit zes documentaires, drie internetfilms en een tv-commercial. 'Ik ben een vreemde eend in de bijt', benadrukt Grandia. 'Voor een Knorr-commercial zal ik niet snel worden gevraagd. Mijn commercials zou je meer documericals kunnen noemen. Ik heb een bepaalde manier van draaien, houd van onverwachte hoeken, en snelheid.'

Zijn specialiteit? Mixen en contrasten: het mengen van formats: 8 mm met 16 mm en ruw videomateriaal, of kleur met zwart-wit. Of het afwisselen van snel en slow-motion in

één scène en ondersteunen van beelden met contrasterende muziek: street action met klassiek, bijvoorbeeld. Zo lang het maar een documentaire-feel heeft en de menselijke kant benadrukt. Noem het rauw-realistisch met gevoel.

Sinds enige tijd staat Grandia in the picture met een andere specialiteit: voetbal. En dat voor iemand die als jochie nooit voetbalde, en gym haatte. 'Ik houd niet van teamsporten', zegt hij prompt. 'Bij skateboarden kun je alleen jezelf de schuld geven als het misgaat.' Grandia op grond hiervan als solistisch regisseur betitelen, is psychologie van de koude grond. Want de teamspirit is er wel degelijk. Zo maakt hij met editor Joppo en andere vrienden uit de skateboardscene, veel experimentele films, waarin hij niet te beroerd is om naast het filmen en het verzorgen van de setdressing ook een rolletje of voice-over voor zijn rekening te nemen.

DAVIDS & BECKHAM

Zijn voetbalfascinatie groeide langzaam. Aanstichter is niemand minder dan Edgar Davids. En niet zozeer door diens spel, maar

door een eenvoudig telefoontje. 'Een vriend maakte zijn website en attendeerde hem op mij. Ik dacht eerst dat ik Regilio Tuur aan de lijn had', verklaart Grandia droog. 'Hij belde in het kader van de Street Legends Tour, waarin de beste Amsterdamse straatvoetballers in Marseille, Londen, Parijs en Brazilië lokale straat talenten het vuur na aan de schenen leggen. Dat ik niks wist van voetbal vond Davids wel charmant, geloof ik.' Dus filmde Grandia de voetbaltournee, onder meer in een Braziliaans ghetto. 'Normaal komen cameramensen daar in gezelschap van politie met doorgeladen geweren. Maar die gasten deden heel normaal tegen ons omdat we met goede voetballers kwamen. Juist bij een goed georganiseerde partij in een "nettere" wijk ging het bijna mis. Terwijl we aan het draaien waren, brak er een vechtpartij uit tussen de spelers. D.O.P. Gabor Deak en ik, omringd door 200 schreeuwende Brazilianen, renden overal achteraan met onze camera's. Chaos en paniek. De manier waarop onze voetballers het veld verlieten en naar het hotel gingen, hebben we wat overgedramatiseerd. Politiesirenes en >





Videoclip Brainpower



Dream Big-campagne



Kunstproject Mama: clip 'Hidden Routes'

> zwaailichten toevoegen bij de edit. Een kleine verdraaiing van de werkelijkheid mag, vind ik. Dat verhoogt de verwachting.'

Voor de Dream Big-campagne van Adidas maakte Grandia voor Christel Palace twee documericals van elk 16 minuten. Idee: de kleinste voetbalteams van de wereld worden bezocht door 's werelds grootste spelers.. De kinderen van die lokale voetbalteams zijn daarover niet ingelicht. Die confrontatie leverden minidocumentaires op. Grandia: 'Ik vind het leuk om situaties te sturen en niet te scripten. Zo filmden we op de Isles of Scilly – de kleinste voetballeague ter wereld met slechts twee teams – David Beckham en een lokaal voetballertje in gesprek met elkaar. Eerder had ik Beckham gezegd dat het jongetje op diens vraag wie zijn favoriete voetballer was "Beckham" zou antwoorden. Het jongetje, dat niet wist dat Beckham naast hem op het bankje zou komen te zitten, had ik op het hart gedrukt eerlijk te zijn als hem die vraag zou worden gesteld. Prompt antwoordde hij dus op de vraag van Beckham: "Steven Gerrard". Dan krijg je realistische, spannende beelden.'

Het werk voor Adidas trok de aandacht van productiemaatschappij Depo Film uit Istanbul. Afgelopen voorjaar kreeg de regisseur de vraag of hij interesse had in het filmen van de nieuwe commercial voor Turkish Airlines, dat net een sponsorship met FC Barcelona had bekrachtigd. 'Het kostte één informeel telefoongesprek met de creative director en ik had de job', vertelt Grandia, nog steeds verwonderd. 'Geen treatment, niks. Vijf dagen later zat ik in Turkije om de film voor te bereiden. De clip zou worden opgenomen in zowel Istanbul als, met de ploeg, in Barcelona.'

De klus sprak zijn improvisatievermogen ten volle aan. Niet alleen sneeuwde het op de draaidag in Barcelona, ook trainer Guardiola lag dwars en kwam een aantal afspraken niet na. 'Grote voetbalploegen doen toch wat ze zelf willen.' Dus verschilde de commercial '100 procent' van het storyboard. Het hele team van Barcelona was van de partij, lees: zeven spelers voor een kwartier. 'Dankzij stand-ins en een gewillige Zlatan Ibrahimovic, die nog een kwartiertje bleef hangen voor extra shots, konden we er nog wat van maken.'

RED DEVILS

In totaal 26 uur draaiwerk met een crew van ruim 250 mensen resulteerde in een commercial die werd uitgezonden in 70 landen. En in een nieuwe opdracht: een ander filmpje voor Turkish Airlines waarin het nieuwe business class-concept van de snelgroeiende luchtvaartmaatschappij en het door hen gesponsorde Manchester United centraal staan. Ditmaal uit te zenden in 80 landen. Idee: het team van Manchester voetbalt in een vliegtuig van Turkish Airlines. Hiervoor werd een replica van het vliegtuig gebouwd. Er sneuvelde een aantal scripts, onder meer dat met Alex Ferguson, de manager van Manchester United, die voor de eer bedankte. Gelukkig was er een vervanger, en wat voor een: de legendarische ex-voetballer Sir Bobby Charlton. Grandia verzoonde de apotheose: Wayne Rooney schiet de bal recht op een onverstoort lezende Charlton af, tot dat op het laatste moment de achter hem zittende Edwin van der Sar opduikt en met een grandioze handbeweging de bal net voor diens hoofd tegenhoudt.

Op de eerste draaidag waren zeven, en op de tweede elf Red Devils beschikbaar, elke groep twee uur. Grandia: 'Op de eerste dag werd mij verteld dat Paul Scholes het meest chagrijnig was van de ploeg, dus die moest ik hebben terwijl hij een krant leest en vermoeid kijkt als een bal naast zijn hoofd voorbijvliegt. Patrice Evra en Darren Fletcher waren het actiefst, dus die kregen veel balactie. En Dimitar Berbatov scheen nogal lui te zijn, dus die liet ik achteroverhangen in een uitgeklapte vliegtuigstoel. "I heard you are quite inactive, so would you please be so kind to play the role of the player laying on a chair?" Hij vatte het sportief op. We hadden weinig tijd met de spelers, maar gelukkig zijn er body doubles en wilde Van der Sar nog wat langer blijven. En alles viel op zijn plaats bij de edit. Uiteindelijk komt het altijd wel goed. Of ik een zondagskind ben? Eigenlijk wel. Ik wil dingen doen die ik leuk vind. Mijn werk is gestructureerd buiten spelen. Je moet goed kijken, veel op sets staan bij anderen. Maar vooral: op je gevoel afgaan. Met mensen rekening houden, maar op een subtiele manier toch je zin durven doordrijven.'

Al schuilen er soms addertjes onder het gras. Toen de regisseur de uiteindelijke versie opgestuurd kreeg, bleek dat de Turkse muziekstudio de oorspronkelijk jazzcompositie met een zangeres – zus van de creatief van het reclamebureau – hadden opgevrolijkt. Een knarsetandende Grandia: 'Voor de director's cut heb ik Massive Music gevraagd een nieuw sounddesign te maken. We kozen A-Ticket A-Tasket van Ella Fitzgerald. Werkte honderd keer beter.'

