

## Prefazione

Quando Alessandro mi ha chiesto di scrivere questa prefazione, sono stato felice e anche onorato. La sua richiesta è il riconoscimento di un'amicizia e di un approccio molto simile a una professione, quella del fotografo, spesso considerata "solo" arte e non artigiano.

La differenza tra un artista e un artigiano è che l'artista, per esprimersi completamente ed essere davvero libero, non deve tenere affatto in considerazione il committente (i tempi di Caravaggio e Michelangelo sono passati da un pezzo). Un artigiano, invece, deve esprimere la sua arte considerando tutto ciò che riguarda l'apprezzamento da parte del Cliente e anche (aspetto trascurato da molti che si avvicinano a questo mestiere) l'aspetto economico.

Meno del 5% dei colleghi ha idea di che cosa sia un business plan. E si capisce quando, davanti alla domanda "ma quanto margine hai su ogni matrimonio?" i visi si rabbuiano e non c'è una risposta.

Io e Alessandro abbiamo una storia professionale simile: prima di essere fotografi, siamo stati "lettori di numeri", scavatori di Excel. E a quella domanda sulla marginalità quasi sempre sappiamo dare una risposta.

Non perché siamo più bravi, solo perché le nostre "vite precedenti" ci hanno formato per capire che il nostro tempo ha un valore e, se qualcuno "compra" la nostra professionalità, lo fa perché vi riconosce un valore professionale ed economico.

Per questo la parte del libro dedicata all'aspetto dell'imprenditorialità è importante tanto quanto quella sull'attrezzatura o sul workflow. Il nostro amico comune Federico Casini sarebbe stato felice di leggerla, lui che con il suo lavoro ha contribuito a farla scrivere così bene ad Alessandro.

Ferdinando Scianna, maestro visuale di molti di noi, diceva che "la più grande ambizione di una fotografia è quella di fare parte di un album di famiglia". Sono convinto che in questa frase stia tutta l'importanza di raccontare bene un matrimonio.

"Bene" s'intende tecnicamente, certo, e in maniera creativa, come no... Ma significa soprattutto che gli sposi, i Clienti, devono sempre essere al centro. Come Alessandro ripete più volte nel libro, bisogna farli parlare. Tanto. Solo così, mettendo da parte il nostro ego, capiremo davvero che abbiamo davanti persone, non mazzetti di banconote. E capiremo chi sono, che cosa vogliono, che cosa si aspettano da noi. E magari creeremo anche, perché no, dei rapporti amicali.

In questo libro la parte umana e creativa c'è, la parte tecnica anche, la parte legata al business pure: questo è un libro che avrei voluto scrivere io, ma soprattutto è un libro che, quando ho iniziato a fotografare matrimoni, mi sarebbe stato utilissimo per evitare di compiere alcuni errori che ho pagato caro.

Lo consiglio a tutti coloro che sono agli inizi di questo meraviglioso viaggio che è

il racconto professionale di un giorno così importante come quello del matrimonio. E, visto che credo che quel viaggio non si concluda mai, lo consiglio anche a chi fa questo mestiere da tempo, ma non si sente arrivato

e vuole migliorare sempre il suo approccio nei confronti di questa professione difficile e sfidante: se lo leggerete con la mente e il cuore aperto, avrete ottimi spunti.

Buona lettura e buon viaggio.

*Max De Martino*  
Fotografo e formatore