

■ CAMPAGNE SPOT INTERNAZIONALI

Animazione all'italiana

La cdp Chocolat Productions torna in comunicazione con lo spot realizzato per Geox e dedicato ai giovani clienti dell'azienda calzaturiera

● di **Viviana Musumeci**

I cartoni animati sono tornati di moda. Apprezzati da grandi e piccoli, animano non più esclusivamente i palinsesti televisivi, ma anche la comunicazione pubblicitaria. Un valido esempio, sono le ultime due produzioni realizzate, su creatività dell'agenzia Selection (anche se la direzione creativa è stata seguita internamente alla Geox da **Luigi Garbuio**), dalla casa di produzione **Chocolat Productions**, la quale, in perfetta sinergia con l'azienda cliente, la casa di post produzione video **Bondi Brothers** e la cdp audio e musica originale **Vetriolo** ha dato vita a un lavoro lungo e complesso.

Il filmato dedicato ai ragazzi, "Jump-Rap", diretto, oltre che al mercato italiano anche a quelli della Francia, Germania, Svizzera, Austria, Portogallo, Olanda, Belgio, Grecia, Spagna e Stati Uniti, dà, grazie all'apporto della cdp Chocolat, un taglio innovativo alla comunicazione destinata ad un pubblico giovane sempre pronto a mutare gusti. Il nuovo spot, infatti, con la regia e direzione artistica di **Mauro Bergonzoli**, porta sullo schermo il mondo dei teen-ager con tutti i suoi modelli: la boy band, il paesaggio metropolitano, la musica rap, il ballo, l'essere alla moda.

La casa di produzione, - fondata da **Daniele Ventura**, che ricopre il ruolo di amministratore unico e si avvale di due producer interni, **Anna Lisa Bazzocchi** e **Silvia Bergamaschi** - nonostante sia nata lo scorso novembre, ha già numerosi lavori all'attivo: **Sloggi for men**, **AICU Associazione Carlo Urbani**, **Nestlé**, video istituzionali per **Micam** e **Pupa**. «La scelta è stata ponderata a lungo e alla fine abbiamo optato per un'animazione 2D, che non è, tanto per intenderci, la classica animazione alla **Walt Disney**. Abbiamo preferito seguire questa strada, che ci è sembrata più fresca e fanciullesca, in grado di avvicinarsi meglio al mondo del bambino a cui s'indirizza il commercial» ha dichiarato a *Mediaforum* **Daniele**



le Ventura, che, oltre ad essere l'amministratore unico, è anche l'executive producer della cdp, scelto, tra l'altro, con il suo team, da Geox per la lunga esperienza maturata nell'ambito della produzione e comunicazione pubblicitaria. «Il cartone animato - non è la prima volta che Geox si affida a questo strumento per comunicare con il proprio target più giovane - è un ottimo escamotage per dare un'emozione che rende più efficace il messaggio, poiché i bambini sono molto attenti ai cartoon e li seguono con piacere» inoltre, ha aggiunto Ventura «è stato molto importante anche il ruolo della musica poiché tutte le edizioni, italiana e straniere, sono cantate, quindi abbiamo dovuto lavorare su una perfetta compenetrazione tra musica e animazione».

L'elemento in comune con le campagne che hanno preceduto questo spot è il personaggio di "Magic Geox", che ormai ha assunto il ruolo di testimonial ufficiale della scarpa "che respira". In

Giovani ma esperti

In questa pagina, sopra, **Daniele Ventura**, amministratore unico di **Chocolat Productions**. La casa di produzione, nata lo scorso novembre, ha già lavorato a numerose produzioni. Nella pagina accanto due frames tratti dallo spot internazionale realizzato per Geox, "Jump-Rap"



Credits

Prodotto: Scarpe
Cliente: GEOX Spa
Titolo: Jump - Rap
Durata soggetti: 1x30+20+15+10
Casa di produzione: Chocolat Productions
Executive producer C.D.P.: Daniele Ventura
Producer C.D.P.: Anna Lisa Bazzocchi
Direzione Creativa Cliente: Luigi Garbuio
Creatività: Selection
Direzione creativa: Antonia Capasso
Copy: Bruno Bonisiol
Regia/Direzione Artistica: Mauro Bergonzoli
Fotografia: Roberto Tronconi
Montaggio: Bondi Brothers
Post produzione video: Bondi Brothers
Post produzione audio e musica originale: Vetriolo
Animazione: Walter Cavazzuti - Michel Fuzellier
Coloritura e compositing: Colourland
Jingle: Vetriolo - Riccardo Milano
Mezzi: TV: Italia 1 e cartoon Network
On air: 7 marzo 2004
Paesi: Francia, Germania, Svizzera, Austria, Portogallo, Olanda, Belgio, Spagna, Grecia, USA

questo episodio, l'eroe interpreta il ruolo di un dj, accompagnato dalla sua mascotte "Spino" che introduce la parte istituzionale dello spot. Il cartone animato, entrando sempre di più nel dettaglio, mostra i vantaggi del prodotto, per poi ritornare sugli altri protagonisti, che sono finalmente felici poiché indossano le scarpe giuste. Tutto ciò che sta intorno ai protagonisti (dai grattacieli ai manifesti pubblicitari) sembra approvare la qualità delle scarpe Geox.

Luigi Garbuio, direttore creativo dell'azienda ha descritto la difficoltà del lavoro: «La lavorazione è stata lunga e complessa non solo per l'animazione, ma anche per la traduzione, dato che lo spot sarà trasmesso in Italia, ma anche in altri paesi nel mondo; abbiamo cambiato i testi nelle varie lingue, li abbiamo adeguati da un punto di vista ritmico e da un punto di vista culturale delle altre nazioni». Ed ha aggiunto: «La musica gioca un ruolo non indifferente. Infatti, siamo ricorsi volutamente al genere rap perché piace molto ai ragazzi». A questo proposito è opportuno sottolineare come la casa di produzione audio Vetriolo abbia ideato un jingle divertente che si caratterizza anche per alcuni giochi di parole, come quello finale, dove uno dei protagonisti canta: "Geox rapspira", piuttosto che "Geox respira". Un'altra caratteristica che non sfuggirà allo spettatore è che la scenografia si anima e vive di una vita propria: anche i cartelli pubblicitari, in-

fatti sono dotati di un'espressione mimica che rende più chiara ed eloquente la storia.

Mauro Bergonzoli, il regista dello spot, ha sottolineato come il filmato si avvicini molto ad un video clip, non rispettando l'animazione classica. «Grazie alla Geox ho avuto modo di sbizzarrirmi nel mio lavoro con i bambini. C'è poi una persona che vorrei ringraziare e che ci tengo a ricordare in particolar modo: Walter Cavazzuti, il capo animazione, con cui ho lavorato da novembre, e che purtroppo ci ha lasciato quando ormai lo spot era terminato. Walter ha dato un'impronta fondamentale alla riuscita dello spot».

Anche l'apporto della casa di post produzione video Bondi Brothers è stato molto importante: come ha ricordato Davide Bondi responsabile special effects: «L'animazione è stata effettuata grazie ad un software molto potente che si chiama *Cyborg* dell'XXBox che ci ha consentito di lavorare su più livelli separati. I bambini, il cielo, i palazzi, i cartelli pubblicitari, persino l'odore dei piedi, grazie a questo software, erano lavorabili singolarmente. L'atout di questo tipo di lavorazione consiste nel fatto che in ogni momento è possibile apportare delle specifiche modifiche ai livelli, in tempo reale, in modo tale che il regista possa lavorare con tutti gli operatori, senza sprechi di tempo». Esiste poi un soggetto dalla durata di 10" intitolato "Giubbo", realizzato per il mercato italiano per presentare la nuova collezione abbigliamento "che respira" Geox per ragazzi, tratto, parzialmente, dallo spot "Jump-Rap", dove animazione e, questa volta, alcuni bambini veri interagiscono. In questo secondo filmato «abbiamo utilizzato una tecnica abbastanza inusuale: abbiamo, infatti, usato sia l'animazione sia il live, inserendo dei bambini. In altre parole abbiamo fatto interagire background e foreground, cercando di integrare l'immagine dei bambini veri con le luci dello sfondo verde, altrimenti la qualità ne avrebbe risentito» ha spiegato, concludendo Davide Bondi.