



ma volta quello dell'abbigliamento bambino. Siamo molto soddisfatti della proposta che ci è stata fatta dalla casa di produzione e, a risultato finito, del lavoro svolto».

Difficoltà e soluzioni

La lunghezza della produzione ha messo a dura prova le capacità della casa di produzione e di post-produzione: «In questi casi - spiega Ventura - è necessario tenere sempre alta l'attenzione». La forte sinergia fra le parti coinvolte - cliente, regia, produzione e post - ha permesso di massimizzare gli investimenti in termini di energie, tempo e risorse economiche. Anche la tecnologia, però, ha giocato un ruolo di primo piano: «Attraverso il web - aggiunge Bazzocchi -, tutte le parti hanno potuto seguire gli sviluppi del lavoro». Con Tube, infine, la colonna internazionale è stata incisa in 12 lingue, mentre la

versione italiana è stata finalizzata da **Bondi Brothers**. La musica originale, infine, è stata curata e ideata da **Paolo D'Errico** per **Chocolat Productions**. «Seguire i lavori dallo story board all'on air - conclude Bazzocchi - è stata un'esperienza impagabile».

Credits

Cliente: Geox
Prodotto: Geox Kids Scarpe e Geox Abbigliamento Kids
Agenzia: interna
Direzione creativa: Luigi Garbuio
Regia e direzione artistica: Mauro Bergonzoli
Casa di produzione: Chocolat
Executive producer: Daniele Ventura
Producer: Anna Lisa Bazzocchi
Effetti speciali: Ubik

In continua espansione in Italia e all'estero

Un conto economico che dovrebbe chiudere a 52,6 milioni di euro di utile. E' questo il dato relativo allo scorso anno dell'azienda di Montebelluna, fondata e diretta da Mario Moretti Polegato, quotata in borsa dallo scorso dicembre, che può vantare un fatturato al 31 dicembre 2004 pari a 340,1 milioni di euro, in crescita del 30% sull'anno precedente e che - se le previsioni, come sembra, non saranno smentite - dovrebbe essere riproposto anche nel prossimo futuro. All'eccellente andamento delle performance in Italia, infatti, si affianca una politica di espansione internazionale, avviata a partire dal 2000 con la commercializzazione in Austria, Svizzera, Germania, Spagna, Francia e Paesi Bassi cui, recentemente, si sono aggiunte Gran Bretagna, Stati Uniti e Giappone.

Post, sfida ad alto livello artistico



Come si mixano bambini veri, con personaggi stile cartoon e un back ground artificiale? «E' decisamente una bella sfida - dichiara **Nicola Scarpinato**, responsabile del reparto 3D di **Ubik**, che ha curato la post-produzione dei filmati realizzati da **Chocolat** per **Geox** -. L'integrazione di riprese life con elementi creati in studio è stato un lavoro molto interessante.

Innanzitutto, abbiamo costruito il back ground con volumi in uno spazio 3D con le relative illuminazioni». Frame by frame, sono state disegnate le animazioni. Per averne un'idea, bisogna immaginare di lavorare per livelli: «I bambini si muovevano su un sfondo verde uniforme - ricorda Scarpinato - che è stato "bucato" in post produzione». Al secondo livello, è stata ricreata l'ambientazione in cui i piccoli protagonisti avrebbero poi interagito, infine, ci sono i piccoli personaggi animati. «La difficoltà - spiega ancora Scarpinato - sta nella necessità di ricreare una coerenza visiva. Le ombre, per esempio, devono essere riprodotte in relazione alla posizione dei bambini. Per questo, abbiamo costruito sagome dei bambini». Per questo tipo di spot, le difficoltà non sono solo tecniche, ma artistiche, stilistiche.