

## La case history Vodafone: il 3D che racconta

✕ Vodafone: il 3D che racconta



Elisa Italiani

«Un'azienda di primo piano come Vodafone necessitava di uno strumento di comunicazione particolarmente forte, ed è stato quindi naturale, oggi che il videomapping è una tecnica all'avanguardia e altamente emozionale, rivolgerci a essa per uno dei momenti "clou" della convention» afferma **Mauro Martelli**, chief operating officer di **Input Eventi e Comunicazione**. Nel corso della convention sono stati ripercorsi i successi passati dell'azienda, proiettando i suoi protagonisti verso un futuro altrettanto di successo. E proprio per raccontare questa storia è stato creato un videomapping in 3D realizzato da InputLab, la casa di produzione della holding Gruppo Input, che, proiettato all'interno del centro congressi, ha ripercorso le tappe della storia dell'uomo, della civiltà greca e di Vodafone, fin dalle origini di Omnitel. «Abbiamo optato per ricontestualizzare il videomapping, che generalmente viene offerto come uno spettacolo all'aperto, nello spazio chiuso del centro congressi e, invece di adattare il video a una preesistente superficie di proiezione, abbiamo fatto sì che fosse la scenografia ad adattarsi alla narrazione visiva, attraverso la costruzione di un fondale tridimensionale che accentuasse lo scorrere del tempo di questo viaggio virtuale» conclude Martelli. La tecnologia, dunque, modellata sulle reali necessità dell'evento, esalta e sottolinea il messaggio emozionando, come spiega **Elisa Italiani, direttore clienti di InputLab**. «Una volta individuato il concept del video, che in pochi minuti doveva esprimere il claim della convention, "Persone in grado di costruire il futuro", agendo sul lato emozionale della platea, è stato necessario un attento studio tecnico preparatorio sulla superficie da proiettare. Per essere convincente, il videomapping deve infatti adattarsi alla perfezione alle geometrie reali trasformando così la scena di proiezione in un display "dinamico". Solo in questo modo è possibile ottenere quei particolari effetti di spettacolarizzazione, dati dalla proiezione di un filmato già di per sé tridimensionale su una superficie a sua volta tridimensionale».



Mauro Martelli