

TORINO 2006 Toroc presenta il filmato istituzionale ideato da Soleja e prodotto da Bedeschi Film; inaugurato ieri il "Countdown Clock" di Swatch

È stato presentato ieri, a Torino, al Museo del Cinema della Mole Antonelliana, il filmato istituzionale del comitato per l'organizzazione dei **XX Giochi Olimpici Invernali Torino 2006**, Toroc, ideato dall'agenzia Soleja di Alchera Group e prodotto da Bedeschi Film. Il video è stato lanciato contestualmente



Il "Countdown Clock" di Swatch

alla inaugurazione del "Countdown Clock" di Swatch, un'opera di cinque metri di altezza nel cuore della città, che ospiterà la ventesima edizione dei Giochi. La direzione creativa del film è di Gianni Giugnini, anche copy, che ha lavorato in team con il regista Giovanni Bedeschi; l'art è di Sabrina Loi. La direzione della fotografia è di Alessandro Bolzoni. Il filmato si apre con le immagini di preparazione di uno spettacolo d'opera: l'orchestra, gli scenografi, le maestranze, gli attrezzisti, i costumisti, le comparse sono impegnati a dar corpo allo spettacolo. L'effetto complessivo è di un mix fra l'improvvisazione creativa degli artisti e l'integrazione con i tecnici, e fra il valore storico dell'opera e la contemporaneità delle tecnologie utilizzate. Improvvisamente appaiono sulla scena elementi apparentemente estranei: sciatori, pattinatori, giocatori di hockey, in tuta da competi-

zione e con i propri attrezzi. Gli atleti sembrano perfettamente inseriti nell'ambiente e discutono, gesticolano, dialogano insieme a tecnici, orchestrali, cantanti. Tutto è pronto. Gli operai danno gli ultimi ritocchi e si ritirano. La musica si ferma, gli orchestrali si mettono in posizione, le luci si abbassano. Nel buio, dei fiocchi di neve cadono lentamente sul palco. Il buio è arricchito e disegnato da giochi di luce che fanno scoprire gli atleti presenti sul palco, a rappresentare le 14 discipline olimpiche. La loro performance è scandita da una ballerina che si muove agile, disegnando giochi di luce con una simbolica fiaccola olimpica. Per quanto riguarda, invece, il "Countdown Clock", la gigantesca scultura di precisione è stata presentata da Swatch, official timekeeper dei Giochi, e Toroc con

un evento allestito in piazza Castello, nel capoluogo piemontese. Il maestro delle cerimonie Piero Chiambretti e un gruppo di ballerini e acrobati hanno svelato l'orologio con una performance che ha evocato lo spirito della stagione invernale. Ora, dunque, è iniziato il conto alla rovescia verso la ventesima edizione dei giochi. Il cronometrista ufficiale Swatch - ruolo esclusivo anche per Atene 2004 -, ha scelto il designer Pininfarina per progettare il gigantesco orologio Swatch sospeso all'interno di un blocco di ghiaccio e circondato da un vortice di fiocchi di neve. In occasione dell'evento, sono venuti a Torino gli ex campioni dello sci Alberto Tomba, Stefania Belmondo e Piero Gros, e le star del pattinaggio su ghiaccio Barbara Fusar Poli e Maurizio Margaglio. Con la presentazione, dunque, è stato sancito ufficialmente il "meno due anni" all'inizio dei Giochi. Complessivamente, le infrastrutture e gli impianti richiederanno un investimento di 1.400 milioni di euro; il Toroc ha un budget di 1.100 euro, ma, secondo quanto dichiarato dal presidente della Regione Piemonte Enzo Ghigo, il Governo ha dato segni positivi nell'attuale Finanziaria.

COMUNICAZIONE

Sul circuito TvZone on air lo spot "The Game" per Una Hotels&Resorts di Suite 3

Una Hotels&Resorts ha concordato con Società Autostrade la messa in onda dello spot "The Game" sul circuito promo informativo TVZone. Presenti all'interno dei locali di 33 aree di servizio dislocate sulle principali arterie autostradali d'Italia, con 56 schermi al plasma, le TVZone trasmetteranno fino al 7 marzo, lo spot di Una Hotels&Resorts ideato da Suite 3 e prodotto da FilmMaster.