

Belli i video fatti a **Comonext** Li regalano ai terremotati

Il successo è un dono da condividere. Anche se conquistato c'è sempre un momento per fermarsi e dire grazie offrendo a propria volta qualcosa d'altro. Una prova di responsabilità sociale, che Emotional View ha voluto realizzare per Emergency. E un risultato che ha reso orgoglioso anche **ComoNext**, il Parco che l'ha accolta.

L'azienda è una casa di produzione video (già Karma Troopers), che ha sede appunto a Lomazzo, luogo che ha ritenuto un ambiente ideale per condividere tecnologia e innovazione. Un team compost da Guido Canepa, Andrea Bonfanti e Andrea Guzzardi, che studia le esigenze di comunicazione video del cliente e segue poi l'intero processo della produzione audiovisiva, dal-

l'ideazione della proposta creativa sino al montaggio del video finale.

Guido Canepa spiega come è nata l'idea: «Facciamo video da cinque anni e adesso abbiamo deciso di appoggiare una causa sociale. Abbiamo così cercato in Internet le realtà più interessanti per noi, mandando alcune presentazioni per fare volontariato aziendale. Tra queste anche Emergency». E proprio l'associazione dopo due settimane ha risposto e ha chiamato il team comasco. Così si è scelto di girare un filmato dedicato all'attività che viene svolta nelle zone terremotate: si era pensato anche a quelle di guerra, ma risultava troppo complesso. Non meno importante raccontare l'impegno di assistenza psicologica e infermieristica nell'area in

provincia di Teramo fino al Maceratese, colpita dal sisma. Quattro giorni, durante i quali hanno potuto portare la loro testimonianza sia le persone che vivono lì e sono state segnate da questo dramma, sia lo staff di Emergency.

Non è la prima volta che Emotional View avverte l'esigenza di incarnare un messaggio sociale ed era partita dal territorio. Infatti ha realizzato un documentario sul Lario, uscito a marzo. Peculiarità: raccontare il lago, senza vederlo.

Questa volta si è usciti da Como e si è andati prima a Milano per conoscere Emergency, poi sul posto del loro lavoro in Centro Italia.

Il team è talmente soddisfatto che vorrebbe ripetere l'esperienza: «Sì, ci piacerebbe farne

uno all'anno - spiega Canepa - Stiamo crescendo tanto, per fortuna e si fa fatica a stare dietro a tutto. Ma ci terremo».

Oggi i video di Emotional View vengono richiesti in tanti settori diversi, dagli spot pubblicitari alla musica.

Lomazzo

Emotional View ha realizzato una serie di filmati per Emergency



Guido Canepa



Peso: 19%