

EMPOWERMENT
DELLA CAPACITÀ AMMINISTRATIVA E ISTITUZIONALE
DELLA PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO

Progettare un video spot

Il video "Un'Europa più vicina": processo e strumenti di progettazione

Diffusione e comunicazione



Finanziato nell'ambito PON Governance REACT EU Asse Capacità amministrativa - 7.2.1 Predisposizione delle condizioni ottimali per la ripresa economica e sociale e realizzazione di percorsi di rafforzamento delle strutture di governo e di gestione nella transizione alla Programmazione 2021-2027

Premessa

Il documento ripercorre le fasi del processo, i soggetti coinvolti e le attività realizzate per la produzione del video spot **“Un’Europa più vicina”** finalizzato a promuovere le opportunità del PR FSE+ della Provincia autonoma di Bolzano presso i giovani di età compresa tra i 16 e i 29 anni. L’obiettivo è di capitalizzare l’esperienza realizzata dal gruppo di lavoro del progetto Emporwent, composto dai referenti della PaB ed esperti Formez, e consolidarla in una sorta di vademecum come riferimento a supporto dell’amministrazione per la progettazione di futuri prodotti di comunicazione. La produzione del video spot si colloca nell’ambito di una più ampia attività di sviluppo delle competenze e miglioramento delle performance del personale della Ripartizione Europa della Provincia autonoma di Bolzano e, nello specifico, dell’Ufficio FSE. In particolare questo documento è rivolto ai soggetti coinvolti a vario titolo nelle attività di comunicazione del programma. Il video, nelle due versioni in lingua italiana e in lingua tedesca, è disponibile ai seguenti link:

Un’Europa più vicina <https://www.youtube.com/watch?v=Ytaa6yHds20>

Europa noch näher <https://www.youtube.com/watch?v=rF3znb1jF6o>

Le fasi della produzione video

Come tutte le azioni di comunicazione, anche la realizzazione di un video richiede di programmare le azioni in diverse fasi, nel caso specifico possono essere suddivise in: progettazione, produzione e post-produzione per la diffusione.

Progettazione

Pianificazione

Particolare importanza assume la fase iniziale di **progettazione**. E' questo infatti il momento in cui si definiscono gli obiettivi del video e i destinatari, i contenuti, il messaggio e lo stile, la tempistica, il budget e i canali di diffusione. L'accuratezza e il dettaglio di questa fase consente infatti di procedere agevolmente nell'ideazione e nella realizzazione del video, garantendo l'efficacia dei risultati. Più nel dettaglio questa fase prevede:

Colore secondario	Colore secondario
Definire gli obiettivi	È determinante per individuare la tipologia di video (es. video demo ed esplicativi, interviste di esperti, testimonianze) e definire gli step successivi. Definire gli obiettivi implica quindi porsi delle domande sulle finalità e contenuti del video
Individuare il pubblico	Significa individuare il target dei destinatari per capire quali sono le esigenze, quale linguaggio utilizzare nella comunicazione, cosa attira la sua attenzione
Definire i contenuti del messaggio	Richiede di rispondere a una serie di domande: Che cosa comunichiamo in generale? Di cosa vogliamo parlare nello specifico? Quali sono le informazioni più utili per il target a cui ci rivolgiamo? Cosa vorrei che il mio pubblico facesse dopo aver guardato il video?
Scegliere lo stile e il tono di voce	È collegato alla tipologia di contenuti e al target dei destinatari. Per esempio, l'utilizzo di un linguaggio formale o informale, la scelta di un video animato invece che l'uso di fotografie o riprese, la scelta di un sonoro e di una voce narrante, sono tutte opzioni che dipendono dalla tipologia e dalla finalità del video che si intende produrre: video istituzionale; video tutorial; video intervista; video spot etc.

Pianificare la tempistica	Sviluppare un cronoprogramma che tenga conto dei tempi necessari per tutte le fasi (stesura degli script, degli storyboard, acquisizione di girati e immagini, editing e montaggio). Perché le tempistiche siano reali è fondamentale il raccordo con tutti i soggetti coinvolti nella fase di progettazione e produzione
Stabilire il budget	Aver chiaro il budget è fondamentale per poter definire qualità e durata del video. Tra le variabili di cui tener conto nella pianificazione del budget, a titolo esemplificativo: inserimento di animazioni grafiche o effetti speciali digitali; realizzazione dello storytelling con la relativa ideazione; scelta di immagini/video stock o servizi fotografici e riprese ad hoc; versione multilingue del video con utilizzo di sottotitoli o ulteriore speakeraggio in lingua
Definire i canali di diffusione	Definire i canali in funzione del target di riferimento potenzia l'efficacia del video e la sua capacità di connettersi con il pubblico di riferimento (ad esempio utilizzo di social come Instagram per il target giovani)



Un momento determinante nella fase di progettazione è costituito da incontri di lavoro che consentono di ragionare, far emergere e definire gli elementi fondamentali della strategia. Gli incontri possono essere supportati con schede di raccolta informazioni, cosiddetti **brief**, che servono a raccogliere, sistematizzare e trasferire tutte le indicazioni necessarie per le fasi successive di produzione del video. Nel brief sono specificati obiettivi, modalità e scelte operative fondamentali per la riuscita del lavoro e che facilitano il processo di definizione degli aspetti chiave. Nel caso specifico del video spot realizzata la fase di pianificazione si è concretizzata nel seguente brief

Nella pagina seguente l'immagine esempio della scheda briefing

Scheda per briefing video spot

La scheda ha la finalità di raccogliere le informazioni utili alla realizzazione del video spot per promuovere le **opportunità del PR FSE+ presso i giovani degli istituti superiori**. Il quadro di riferimento considerato è quindi il PR FSE+ della Provincia autonoma di Bolzano e, più nello specifico, gli obiettivi e le azioni orientate al target giovani in una fascia compresa tra i 16 e i 29 anni: **Azione ESO4.1.1. (a.1) - Sostegno ai percorsi formativi e professionalizzanti e all'accompagnamento al lavoro; Azione ESO4.1.2. (a.2) - Sostegno all'occupazione giovanile, Azione ESO4.6.1. (f.1); Sostegno al sistema di istruzione e formazione ed al raccordo con il mercato del lavoro; Azione ESO4.6.2. (f.2) - Sostegno ai percorsi di contrasto alla dispersione scolastica; Azione ESO4.6.5. (f.5) - Sostegno all'apprendimento in età adulta**

A partire dall'analisi degli obiettivi sono state individuate alcune parole/temi chiave utili all'avvio della progettazione e alla costruzione del messaggio.

	INFORMAZIONI DA CONDIVIDERE CON IL COMMITTENTE	NOTE - COMMENTI - ESEMPI																																								
CONTESTO* Info programma, eventuali campagne già realizzate per il target, eventuali testimonianze, opportunità concrete	ES world skills -viaggi studio all'estero - talent center - questi sono stati estrapolati da quanto già disponibile sul sito Visionare materiali campagne precedenti PaB ok su impronta video Veneto	Esempi: video realizzato dalla Regione Veneto (canale: youtube - durata 00:00:53) campagne ministero istruzione : Futura la scuola per l'Italia di domani; Tutti a scuola; (canale instagram)																																								
TITOLO																																										
OBIETTIVI** Cosa ci si aspetta con la diffusione del video?	Considerata l'assenza di avvisi la call to action si traduce nell'invito a restare sintonizzati sui canali informativi istituzionali																																									
PUBBLICO DI DESTINAZIONE	Giovani di età compresa tra i 16 e i 29 anni																																									
PAROLE CHIAVE Individuate a partire dal PR FSE+	Formazione di qualità; competenze linguistiche, digitali e tecnico professionali; riqualificazione; sostenibilità, innovazione, economia verde (i lavori del futuro); talenti creativi; viaggi studio e work experiences; imprese e territorio (sinergie); orientamento alla formazione, al lavoro e all'autoimprenditorialità																																									
MESSAGGI CHIAVE*** Da definire in funzione degli obiettivi	Obiettivo: far conoscere il FSE e le opportunità che offre, indicare il sito Messaggio individuato: utilizzo claim UN'EUROPA PIU' VICINA	Ipotesi di titolo: Con l'FSE puoi Vivi il tuo futuro Gioca d'anticipo (i campioni giocano d'anticipo) La vera challenge è il tuo futuro In Europa la challenge per il tuo futuro Europa: la challenge per il tuo futuro Challenge Europa																																								
TONO**** Che tipo di comunicazione dovrà avere la campagna attraverso le dimensioni del tono di voce? Scegliere una sola posizione considerando che il punto 2 è neutrale)	Messaggio istituzionale ma deve avere un linguaggio semplice, lo stile del video del veneto sembra quello più adatto: intermedio tra entusiasta e pragmatico e informale	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Divergente</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td>Serio</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Formale</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td>Informale</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Rispettoso</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td>Irriverente</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entusiasta</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td>Pragmatico</td> </tr> </table>		1	2	3		Divergente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Serio		1	2	3		Formale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informale		1	2	3		Rispettoso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Irriverente		1	2	3		Entusiasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pragmatico
	1	2	3																																							
Divergente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Serio																																						
	1	2	3																																							
Formale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informale																																						
	1	2	3																																							
Rispettoso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Irriverente																																						
	1	2	3																																							
Entusiasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pragmatico																																						
DURATA MASSIMA	00:01:30 (Illi i primi 19 secondi devono catturare valutare quindi l'importanza della musica iniziale)																																									
DISTRIBUZIONE 		Inserire canale YouTube																																								
TEMPI DI CONSEGNA	Possibilmente a metà settembre per poter essere diffuso alla fiera progetti e alla fiera futuro	Si può valutare solo dopo il briefing con l'operatore video																																								

Redazione dello storyboard (la fase creativa)

A partire dagli elementi definiti nel brief si avvia la fase di ideazione creativa. È la fase di brainstorming nella quale si buttano giù le idee sulla storia e ci si confronta su: trama, personaggi, testo dei dialoghi e/o della voce fuori campo, scritte a schermo, sottofondo musicale, immagini, riprese, animazioni. Per sviluppare la narrazione e raffigurare le diverse idee creative può essere utile elaborare una prima bozza di storyboard prima di procedere con la sceneggiatura vera e propria. In questa fase è opportuno elaborare una o più proposte da sottoporre al committente prima di procedere con la bozza dello storyboard. Nel caso specifico dello spot realizzato per la Provincia autonoma di Bolzano sono state presentate due proposte creative: la prima di carattere evocativo con il richiamo alla sfida/challenge della scalata, la seconda più pragmatica con esplicito riferimento alle opportunità dell'FSE+. La bozza di storyboard che segue è stata sviluppata a partire dalla seconda proposta, individuata dalla Provincia autonoma di Bolzano come quella più rispondente agli obiettivi del messaggio.

Nelle due pagine seguenti l'immagine della bozza storyboard

Proposta 2_ video spot

Il video spot è finalizzato a promuovere le **opportunità del PR FSE+ presso i giovani di età compresa tra i 16 e i 29 anni**. Il quadro di riferimento considerato è quindi il PR FSE+ della Provincia autonoma di Bolzano e, più nello specifico, gli obiettivi e le azioni orientate al target giovani in una fascia compresa tra i 16 e i 29 anni: **Azione ESO4.1.1. (a.1) - Sostegno ai percorsi formativi e professionalizzanti e all'accompagnamento al lavoro; Azione ESO4.1.2. (a.2) - Sostegno all'occupazione giovanile, Azione ESO4.6.1. (f.1); Sostegno al sistema di istruzione e formazione ed al raccordo con il mercato del lavoro; Azione ESO4.6.2. (f.2) - Sostegno ai percorsi di contrasto alla dispersione scolastica; Azione ESO4.6.5. (f.5) - Sostegno all'apprendimento in età adulta**

Titolo: "FSE e Provincia autonoma di Bolzano: Entra in azione, costruisci il tuo futuro!"

[**Apertura**] Immagini suggestive della Provincia autonoma di Bolzano, con i suoi paesaggi mozzafiato, montagne, fiumi, laghi, neve e giovani che si muovono con entusiasmo in questi scenari es <https://www.pexels.com/it-it/cerca/videos/bolzano/>

[**Narratore**] Hai mai desiderato realizzare i tuoi sogni? Avere l'opportunità di mettere in pratica le tue idee e creare il tuo futuro?

[**Prima scena - Preparati**] Immagini di giovani che partecipano a workshop, seminari e corsi di formazione presso centri formazione di eccellenza

[**Narratore**] Qui, grazie al Fondo Sociale Europeo e la Provincia autonoma di Bolzano, puoi accedere a un mondo di opportunità per sviluppare le tue competenze e acquisire le conoscenze che ti servono per raggiungere i tuoi obiettivi.

[**Seconda scena - Orientati**] Immagini di giovani che lavorano in settori innovativi: tecnologia e agricoltura, turismo estivo e invernale, settore industriale e commerciale

[**Narratore**] Il Fondo Sociale Europeo e la Provincia autonoma di Bolzano ti offrono le opportunità e gli strumenti per dare vita alle tue idee

[**Terza scena - Partecipa**] Immagini di giovani che si impegnano in attività sociali, ambientali e culturali, sostenendo anche cause importanti (salvaguarda dell'ambiente, clima, energia, inquinamento, sostenibilità, parchi naturali)

[Narratore] Il Fondo Sociale Europeo è più di una semplice opportunità, è anche una comunità di giovani come te, che condividono la passione per il cambiamento sociale, l'innovazione e il progresso.

[Quarta scena - Sperimenta] Immagini di giovani che partecipano a eventi, conferenze e scambi internazionali, si muovono in azienda, tengono dibattiti, diventano leader, hanno uno sguardo fiero, ricevono premi e successi professionali

[Narratore] Grazie al FSE, puoi connetterti con esperti, collaborare con talenti provenienti da tutto il mondo e aprirti a nuove prospettive, lanciare la tua start-up, trasformare la tua idea in un progetto concreto

[Quinta scena - Collegati] Immagini di giovani che fanno rete, celebrano successi, con il logo del FSE e della Provincia autonoma di Bolzano in sovrapposizione

[Conclusione e call to action]

[Narratore] Entra in azione con noi, scopri il tuo potenziale e apri le porte al tuo futuro.

[Testo a schermo] FSE e Provincia autonoma di Bolzano: Scopri il tuo potenziale, costruisci il tuo futuro!

[Testo a schermo] Scopri di più su <https://europa.provincia.bz.it/it/fse-il-fondo-sociale-europeo-plus>, <https://www.facebook.com/ProvinciaBolzano>, <https://www.instagram.com/provincia.bolzano/> -

[Narratore] Dai slancio alla tua crescita! Con FSE e Provincia autonoma di Bolzano l'Europa è più vicina

[Logo del FSE e Provincia Autonoma di Bolzano con slogan] Accedi, esplora, crea. L'Europa è più vicina con il FSE e Provincia autonoma di Bolzano.

Produzione e post produzione

Sono le fasi in cui le idee abbozzate in precedenza vengono articolate e dettagliate per dare vita allo storyboard definitivo.

La produzione è relativa alla creazione dei contenuti audiovisivi individuati nella fase precedente: eventuali riprese o acquisizione di filmati stock e immagini, grafiche animate, scelta delle musiche, definizione degli script per i dialoghi e le voci narranti e per le scritte a schermo.

In post produzione si realizza il montaggio, uno dei momenti più creativi in cui si dà ritmo al video, lavorando su tagli, musiche, effetti speciali, tagli per renderlo coinvolgente e coerente con il messaggio definito nella fase di progettazione.

Il montaggio definitivo è preceduto da uno o più premontaggi per le opportune verifiche, correzioni e integrazioni. Nel caso specifico del video spot per la Provincia autonoma di Bolzano a seguito del rilascio del premontato sono state effettuate anche le traduzioni finalizzate al montaggio della versione in lingua tedesca.

Nelle due pagine seguenti l'immagine di revisioni premontaggio e traduzioni in tedesco

Proposta 2_ video spot

Il video spot è finalizzato a promuovere le **opportunità del PR FSE+ presso i giovani di età compresa tra i 16 e i 29 anni**. Il quadro di riferimento considerato è quindi il PR FSE+ della Provincia autonoma di Bolzano e, più nello specifico, gli obiettivi e le azioni orientate al target giovani in una fascia compresa tra i 16 ei 29 anni: **Azione ESO4.1.1. (a.1) - Sostegno ai percorsi formativi e professionalizzanti e all'accompagnamento al lavoro; Azione ESO4.1.2. (a.2) - Sostegno all'occupazione giovanile, Azione ESO4.6.1. (f.1); Sostegno al sistema di istruzione e formazione ed al raccordo con il mercato del lavoro; Azione ESO4.6.2. (f.2) - Sostegno ai percorsi di contrasto alla dispersione scolastica; Azione ESO4.6.5. (f.5) - Sostegno all'apprendimento in età adulta**

SPEECH ITALIANO	SPEECH TEDESCO
Hai mai desiderato realizzare i tuoi sogni? Avere l'opportunità di mettere in pratica le tue idee e creare il tuo futuro?	Wolltest du schon immer deine Träume verwirklichen? Die Möglichkeit haben, deine Ideen in die Tat umzusetzen und deine Zukunft zu gestalten?
Qui, grazie al Fondo sociale europeo Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) e la Provincia autonoma di Bolzano, puoi accedere a un mondo di opportunità per sviluppare le tue competenze e acquisire le conoscenze che ti servono per raggiungere i tuoi obiettivi.	Dank des Europäischen Sozialfonds Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) und der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol hast du hier die Möglichkeit, eine Welt an Chancen zu ergreifen, um deine Kompetenzen weiterzuentwickeln und deine Ziele zu erreichen.
Il Fondo sociale europeo Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) e la Provincia autonoma di Bolzano ti offrono le opportunità e gli strumenti per dare vita alle tue idee	Der Europäische Sozialfonds Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) und die Autonome Provinz Bozen bieten dir die Möglichkeit und die Mittel, deine Ideen zu verwirklichen
Il Fondo sociale europeo Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) è più di una semplice opportunità, è anche una comunità di giovani come te, che condividono la passione per il cambiamento sociale, l'innovazione e il progresso.	Der Europäische Sozialfonds Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) ist mehr als nur eine Chance, er ist auch eine Gemeinschaft von jungen Menschen wie dir, die eine Leidenschaft für sozialen Wandel, Innovation und Fortschritt teilen.
Grazie al FSE Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) , puoi connetterti con esperti, collaborare con talenti provenienti da tutto il mondo e aprirti a nuove prospettive, lanciare la tua startup ampliare le tue competenze , trasformare la tua idea in un	Dank des ESF Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) kannst du mit Experten in Kontakt treten, mit Talenten aus der ganzen Welt zusammenarbeiten, neue Perspektiven erörtern, deine Fähigkeiten erweitern und deine Idee in ein konkretes

pag 1 di 2

progetto concreto	Projekt umsetzen
Entra in azione con noi, scopri il tuo potenziale e apri le porte al tuo futuro. Dai slancio alla tua crescita	Werde mit uns aktiv, entdecke dein Potenzial und öffne die Türen für deine Zukunft, steigere dein persönliches Wachstum
Con FSE Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) e Provincia autonoma di Bolzano l'Europa è più vicina	Mit dem ESF Plus (nb plus è da pronunciare in lingua inglese) und der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol ist Europa noch näher

TESTI A SCHERMO ITALIANO	TESTI A SCHERMO TEDESCO
scopri il tuo potenziale	entdecke dein Potenzial
apri le porte al tuo futuro	öffne deiner Zukunft die Tür
Dai slancio alla tua crescita	entfalte dein Wachstum
L'Europa è più vicina Un'Europa più vicina	Europa noch näher

Cartello di chiusura	Cartello di chiusura
FSE+ ACCEDI SCOPRI CREA Un'Europa più vicina scopri di più https://europa.provincia.bz.it/it nb aggiungere anche l'icona youtube ai canali social	ESF+ Europa noch näher um mehr zu erfahren https://europa.provinz.bz.it/de/ nb aggiungere anche l'icona youtube ai canali social

LINK CANALI AI CANALI PER TESTI PUBBLICAZIONE

<https://europa.provinz.bz.it/>

<https://www.facebook.com/edsouthtyrol>

EDIC South Tyrol (@europedirect_southtyrol) • Foto e video di Instagram

(1) Europe Direct Südtirol Alto Adige - YouTube

[Questo è il link per la pagina tedesca:](#)

<https://europa.provinz.bz.it/de/>

Le figure professionali da coinvolgere

La produzione di un video richiede il coinvolgimento di specifiche figure professionali, alcune interne allo stesso committente altre attivando collaborazioni esterne o attraverso affidamenti a società. In linea generale il team dovrebbe prevedere:

- Il **creativo/comunicatore** la figura che raccoglie la domanda del committente, analizza il contesto e i contenuti da diffondere, sviluppa la/le idee progettuali e individua gli elementi da utilizzare per la stesura dello storyboard.
- Il **regista** interpreta lo storyboard e definisce lo stile del video
- Il **direttore della fotografia** cura la narrazione e la coerenza attraverso la composizione dell'immagine e del color grading
- Il **producer** supervisiona il montaggio, la composizione della musica, gli effetti sonori, lo speakeraggio, il mix e tutte le lavorazioni necessarie alla finalizzazione dell'audiovisivo
- L'**operatore e montatore**, realizza il "girato" (filmato) ed esegue il montaggio, organizzando sequenze, immagini e sonori più idonei a garantire la coerenza con la narrazione indicata nella sceneggiatura definitiva.
- L'**illustratore/grafico** interviene sulla parte visiva in caso di video animato
- Il **traduttore** realizza le traduzioni dei testi e gli speakeraggi nel caso in cui siano previste versioni del video in diverse lingue

Ovviamente l'articolazione del team può essere modulata in funzione del budget e della tipologia di prodotto che si intende realizzare. Con budget non troppo elevato è possibile ricorrere a professionisti con competenze trasversali in grado di ricoprire più ruoli.

Nel caso specifico del video spot realizzato per la Provincia Autonoma di Bolzano, le figure coinvolte nel gruppo di lavoro hanno spesso interpretato diversi ruoli anche in funzione di singole e specifiche competenze trasversali. Nella tabella che segue si riporta l'esempio di come i diversi ruoli e le attività sopraelencati siano stati ripartiti tra le figure coinvolte nelle diverse fasi di realizzazione del video:

Tabella:


COMMITTENZA (Provincia autonoma di Bolzano)	SOGGETTO ATTUATORE (FORMEZ)	ATTIVITA'	FASI		
			PROGETTAZIONE	PRODUZIONE	POST-PRODUZIONE
CLAUDIA WEILER - AUTORITA' DI GESTIONE DEL FSE+		Individua il contenuto da diffondere/il target/ il contenuto e canali di diffusione - realizzata le traduzioni per i testi e gli speakeraggi per versione del video in lingua tedesca - Si occupa della diffusione del video	X		X
CRISTINA SCARAMUZZA – RESPONSABILE STRATEGIA DI COMUNICAZIONE FSE+		Individua il contenuto da diffondere/il target/ il contenuto e canali di diffusione - realizzata le traduzioni per i testi e gli speakeraggi per versione del video in lingua tedesca -Si occupa della diffusione del video	X		X
	NADA MEZZULLO – RESPONSABILE PROGETTO EMPOWERMENT	Recepisce i bisogni del committente - Coordina e supervisione tutte le fasi	X	X	X
	ANNA CLAUDIA ABIS/ CARLA CARDIA – REFERENTI PER LA COMUNICAZIONE DEL PROGETTO	Analizza la domanda del committente, il contesto e i contenuti da diffondere, sviluppa la/le idee progettuali e individua gli elementi da utilizzare per la stesura dello storyboard. Supporta il coordinamento di tutte le fasi e il raccordo con le figure coinvolte	X	X	X
	UBALDO PROTO - REFERENTE PER LE PRODUZIONI VIDEO	interpreta lo storyboard e definisce lo stile del video; cura la narrazione e la coerenza attraverso la composizione dell'immagine e del color grading; supervisiona il montaggio, la composizione della musica, gli effetti sonori, lo speakeraggio, il mix e tutte le lavorazioni necessarie alla finalizzazione dell'audiovisivo; realizza il montaggio, organizzando sequenze, immagini e sonori più idonei a garantire la coerenza con la narrazione indicata nella sceneggiatura definitiva; realizza la versione in lingua tedesca con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale		X	X

Allegato 1_Modello scheda brief

Scheda per briefing

La scheda ha la finalità di raccogliere le informazioni utili alla realizzazione prodotto.

	INFORMAZIONI DA CONDIVIDERE CON IL COMMITTENTE	NOTE - COMMENTI - ESEMPI
CONTESTO* Info programma, eventuali campagne già realizzate per il target, eventuali testimonianze, opportunità concrete		
TITOLO Da definire in coerenza con il messaggio chiave		
OBIETTIVI** Cosa ci si aspetta con la diffusione del prodotto?		
PUBBLICO DI DESTINAZIONE Identificare il target (fasce d'età/tipologia etc)		
PAROLE CHIAVE Da individuare a partire dei contenuti da diffondere		
MESSAGGI CHIAVE*** Da definire in funzione degli obiettivi		

	INFORMAZIONI DA CONDIVIDERE CON IL COMMITTENTE	NOTE - COMMENTI - ESEMPI																																
<p>TONO****</p> <p>Che tipo di comunicazione dovrà avere la campagna attraverso le dimensioni del tono di voce? Scegliere una sola posizione considerando che il punto 2 è neutrale)</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: right;">Serio</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: right;">Informale</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: right;">Irriverente</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: center;">○</td> <td style="text-align: right;">Pragmatico</td> </tr> </table>	1	2	3		○	○	○	Serio	1	2	3		○	○	○	Informale	1	2	3		○	○	○	Irriverente	1	2	3		○	○	○	Pragmatico	
1	2	3																																
○	○	○	Serio																															
1	2	3																																
○	○	○	Informale																															
1	2	3																																
○	○	○	Irriverente																															
1	2	3																																
○	○	○	Pragmatico																															
<p>DURATA MASSIMA</p> <p>Da definire in funzione della tipologia di prodotto e dei canali di diffusione</p>																																		
<p>DISTRIBUZIONE</p> <p>  </p>																																		
<p>TEMPI DI CONSEGNA</p>																																		

CONTESTO

Info programma, eventuali campagne già realizzate per il target, eventuali testimonianze, opportunità concrete

OBIETTIVI**

Cosa ci si aspetta con la diffusione del prodotto?

MESSAGGI CHIAVE***

Da definire in funzione degli obiettivi

TONO****

*Che tipo di comunicazione dovrà avere la campagna attraverso le dimensioni del tono di voce?
Scegliere una sola posizione considerando che il punto 2 è neutrale)*

	1	2	3	
Divertente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Serio
	1	2	3	
Formale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informale
	1	2	3	
Rispettoso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Irriverente
	1	2	3	
Entusiasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pragmatico

Allegato 2_Modello bozza storyboard

Bozza storyboard

Proposta n.

Inserire una breve introduzione con la descrizione del contesto e delle finalità del prodotto.

Titolo:

[Apertura: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Apertura: Narratore] _____

[Prima scena: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Prima scena: Narratore] _____

[Seconda scena: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Seconda scena: Narratore] _____

[Terza scena: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Terza scena: Narratore] _____

[Conclusione e call to action: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Conclusione e call to action: Narratore] _____

[Credits: Elementi audiovisivi e testi a schermo] _____

[Credits: Narratore] _____

Lo schema identifica gli elementi chiave da sviluppare per ciascuna delle n. scene previste. Nello sviluppo di ogni singola scena gli elementi individuati devono essere poi articolati in sequenze tali da descrivere il flow della scena.