

SCHEDA TUTORIAL PER LA SCUOLA SECONDARIA DI 1° GRADO

SPOT PUBBLICITARIO



La **prova educativa** del **progetto Missione Terra Global Goal Protocol** vi sfida a **realizzare** uno **spot pubblicitario** su uno dei 17 SDGs - Sustainable Development Global Goals e diventare così partner ONU nella promozione di un mondo più equo e più sostenibile.

Siete sicuramente già esperti videomaker e avrete visto in televisione e su internet decine e decine di pubblicità... ma questi pochi, semplici consigli vi aiuteranno a preparare un prodotto vincente!

IL SOGGETTO

Rispondete prima di tutto a queste domande.

- > **Su quale dei 17 Global Goal dell'ONU volete concentrarvi?**
- > **Perché fate questa scelta?**
- > **Che cosa sapete già su questo argomento?**

Per fare un video vi servirà del materiale e della documentazione. Per chiarirvi le idee e trovare l'ispirazione giusta fate ricerche online. Raccogliete dati, video, manifesti, articoli sul tema e, se le trovate, altre pubblicità realizzate per sensibilizzare sui temi dello sviluppo sostenibile, estratti di libri o di film. Intervistate insegnanti, genitori, amici.

Una volta deciso l'argomento, scrivete lo script, ossia un brevissimo racconto (massimo 5 righe) che sintetizza la storia e spiega cosa succederà nello spot.

I DESTINATARI

Il vostro scopo non è solo raccontare qualcosa, ma attirare l'attenzione, sorprendere, convincere, creare dubbi o sfidare il pubblico. A che pubblico pensate? Giovani o adulti? Quali comportamenti volete promuovere? Quali pregiudizi rimuovere? Cercate di immedesimarvi nel pubblico e di prevedere le reazioni al vostro spot.

LO STRUMENTO

Per il vostro spot potete usare tutti i mezzi tecnologici che avete a disposizione, ma può bastare uno smartphone, se programmate bene il lavoro. Se usate lo smartphone (ma anche una telecamera digitale) ricordatevi che:

- > È importante **mantenere le inquadrature** il più possibile **stabili** e allineate, evitando bruschi movimenti.
- > **L'illuminazione** sarà **fondamentale**: in particolare i cellulari hanno lenti molto piccole dunque cercate sempre luoghi ben illuminati ed evitate riprese al buio.
- > **L'audio** è **importante** tanto quanto il video: cercate di stare vicini al soggetto delle vostre riprese se non volete perdervi il sonoro.
- > Tenete il **telefono sempre in orizzontale**, in modo che le riprese siano visibili anche su schermi diversi.



IL TEAM

Il prossimo passaggio per realizzare uno spot efficace è creare un team “dietro” la macchina da presa e distribuire tra voi le cose da fare. Dividetevi i compiti secondo le vostre attitudini!



Video

chi fa il regista / cameraman/ montatore delle immagini o video che avete raccolto?



Luci

chi organizza le luci e controlla che le riprese avvengano nelle giuste condizioni di illuminazione?



Suoni

chi organizza musiche, voci, rumori e controlla tutta la parte audio dello spot?



Testi

chi si occupa di preparare il copione, decidendo cosa dire o far dire agli attori, come inserire dati e immagini a sostegno delle parole?



Cast

se il vostro spot prevede dei personaggi, scegliete una o due persone all'interno del vostro team che reciteranno nello spot.



LO STORYBOARD

Ricordate che per avere un'idea chiara delle riprese che si dovranno fare è fondamentale creare una struttura! Lo storyboard è lo strumento che i produttori pubblicitari usano per realizzare degli spot efficaci. Online trovate tutte le informazioni e i programmi per realizzarlo, ma se vi piace disegnare potete realizzarlo anche a mano!

- > Riprendete lo script che avete realizzato per lo spot e tramutatelo nello Storyboard, arricchendolo con degli schizzi/disegni in sequenza che descrivono tutte le scene da girare.
- > Ogni immagine viene accompagnata dai dialoghi e dalla descrizione del sonoro (suoni, rumori, musica, ecc.).
- > Una volta realizzato lo storyboard, siete pronti per fare le riprese vere e proprie!



IL MONTAGGIO

Nella pubblicità, il montaggio è una parte fondamentale del lavoro.

Potete usare uno dei numerosi editor video disponibili gratuitamente su internet. Pensate anche alle musiche che dovranno accompagnare le immagini: usate musiche non coperte da copyright oppure, se avete qualche amico musicista, fatele comporre a lui!

Alla fine, **il vostro spot non dovrebbe durare più di 20 secondi in totale**, ma in quei 20 secondi dovete riuscire a dire tutto quello che vi siete prefissati e lasciare anche i vostri spettatori emozionati, ricordando tre fondamentali regole della pubblicità:

> essere visti:

il messaggio deve risultare attraente ed essere ricordato. Molti spot vengono guardati, ma mancano di attrattiva e vengono subito dimenticati.

> essere creduti:

un buon annuncio deve convincere della veridicità di quanto viene detto.

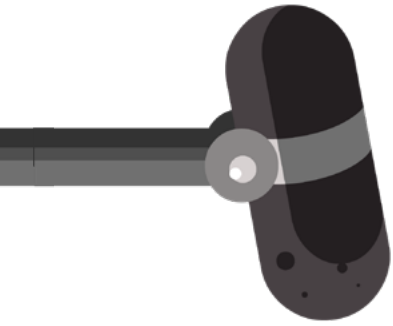
> convincere:

essere capaci di spingere chi guarda ad agire in modo diverso da quanto faceva prima.



LA STRUTTURA

Decidete che tipo di spot volete realizzare. Uno storytelling? Un video-testimonial? Un'animazione?



SERVIZIO SPECIALE

Lo storytelling è il metodo tradizionalmente più efficace di promuovere un prodotto o un servizio.

Sebbene possano essere molto diversi tra loro, quel che è comune è a tutti sono il **cosa**, il **chi**, il **come** ed il **perché** di un prodotto, nel nostro caso un Global Goal, cercando di raccontarlo attraverso una storia che emozioni davvero.

TESTIMONIAL

Un testimonial è un personaggio famoso (un esperto, una celebrità, un opinionista, un consumatore-tipo) che è disponibile ad associare la sua immagine e la sua personale testimonianza a una causa o a un prodotto per rafforzarne la credibilità.

Il messaggio lanciato dal vostro testimonial dovrà **far leva soprattutto sulle emozioni**. State dunque molto attenti al testo che scrivete, alla location e alle musiche di accompagnamento.



VIDEO ANIMATI

Video animati ed eventualmente con integrazione di motion graphic vanno molto di moda oggi nel settore pubblicitario. Esistono anche numerosi software online per realizzarli gratuitamente.

Se volete provare questa soluzioni e raccontare attraverso la grafica animata la vostra storia, potrebbe essere un modo molto efficace di diffondere il vostro messaggio e colpire il vostro pubblico al cuore, specialmente se il vostro target è il pubblico più giovane e dinamico!



PER APPROFONDIRE

Se volete approfondire le tecniche di realizzazione di uno spot pubblicitario, potete consultare anche questi link:

Strutturare un piano di lavoro efficace:
www.enzodegiorgi.it/storyboard.pdf

Realizzare spot pubblicitari speciali con mezzi del tutto ordinari:
www.youtube.com/watch?v=0ZepFoYGlhE

Come realizzare uno spot a scuola:
www.goo.gl/P41JdM

10 segreti per creare un video di successo:
www.goo.gl/WyCPmZ

Le migliori risorse gratuite disponibili online:
<https://it.shopify.com/blog/creare-video-online>

Per approfondire i Global Goal:

Il report di ASVIS per l'Agenda 2030:
www.goo.gl/PqDM8v

Il video appello di Malala Yousafzai
www.goo.gl/GRHYso

Il video appello di Emma Watson
www.goo.gl/W1TzfV

