

Costruzione dei contenuti e strumenti comunicativi

Tommaso Pratesi e Zoe Giudice, BOTTEGACINEMA



CReIAMO PA

Per un cambiamento sostenibile



Bottegacinema - Casa di produzione video



<https://www.bottegacinema.com/>

Bottegacinema, **casa di produzione video** nata nel 2002 a Firenze, progetta e realizza filmati pubblicitari, filmati aziendali, documentari e audiovisivi.

Seguire ogni progetto in **tutte** le sue fasi, dalla **pianificazione** della **produzione**, fino alla sua completa finalizzazione, **postproducendo** internamente tutte le successive lavorazioni di editing, di computer grafica, di **animazione 2D e 3D**.

La possibilità di realizzare internamente i suoi progetti limita dispersioni di carattere economico e organizzativo, ottimizzandone i tempi di lavorazione.



CReIAMO PA

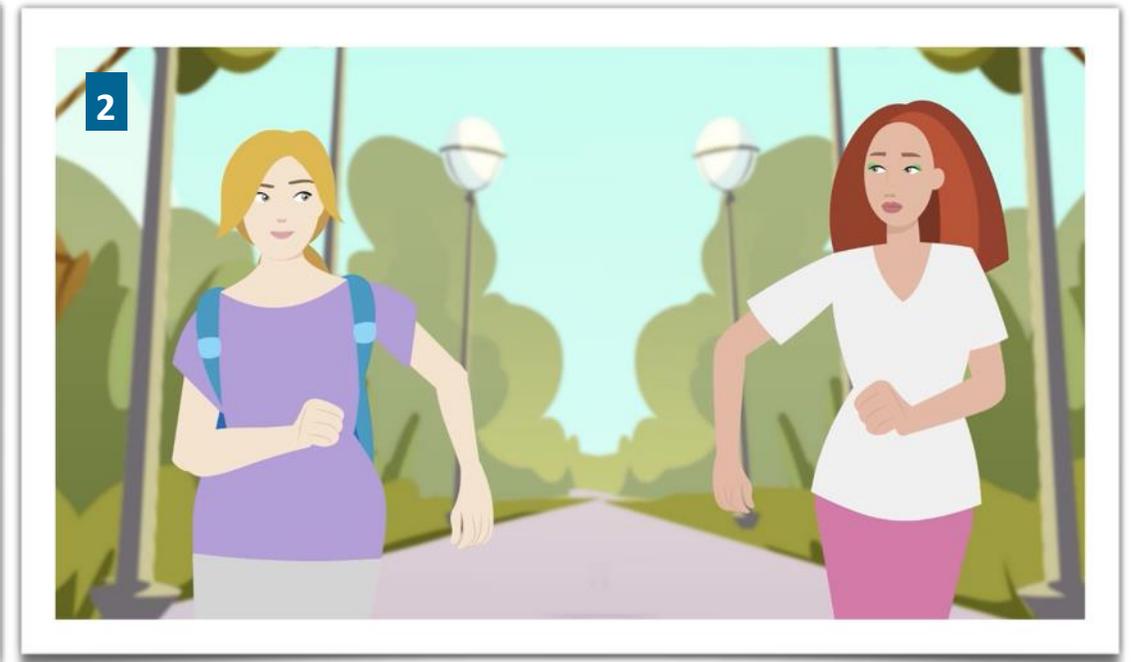
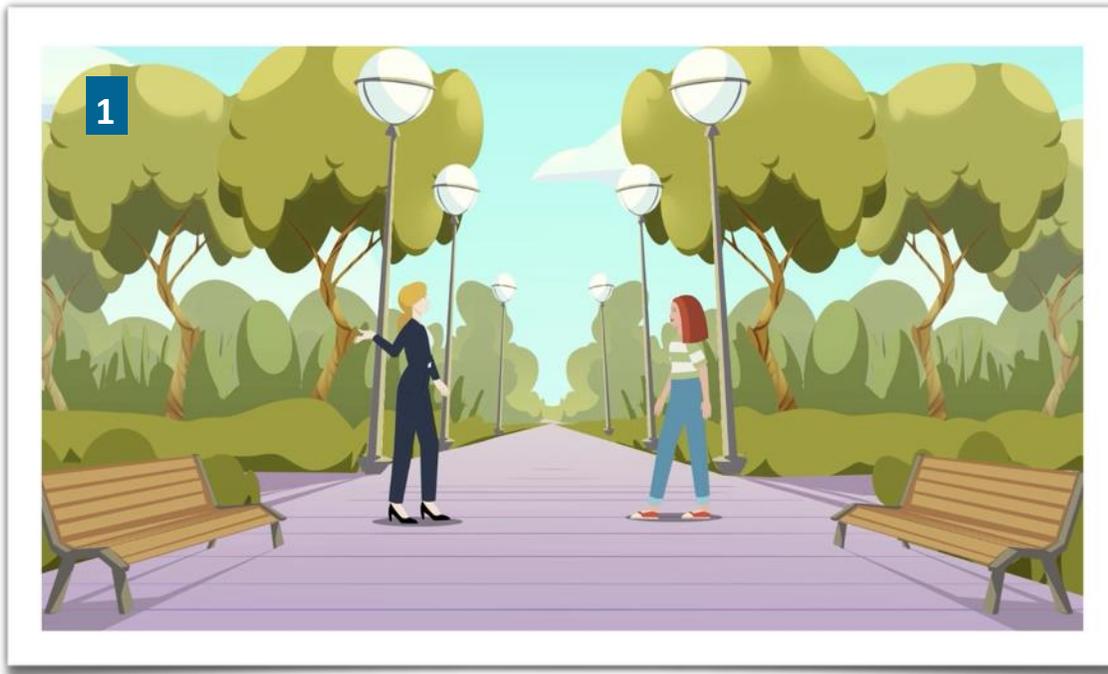
Il progetto - 4 video dedicati alle Valutazioni Ambientali

Bottegacinema, da sempre sensibile ai temi ambientali, ha vinto il bando per la realizzazione di **quattro video** riguardanti le attività contemplate dalla Linea di intervento **LQS1** *“Azioni per migliorare l’efficacia dei processi di VAS e di VIA relativi a programmi, piani e progetti”* del **Progetto CReIAMO PA**.

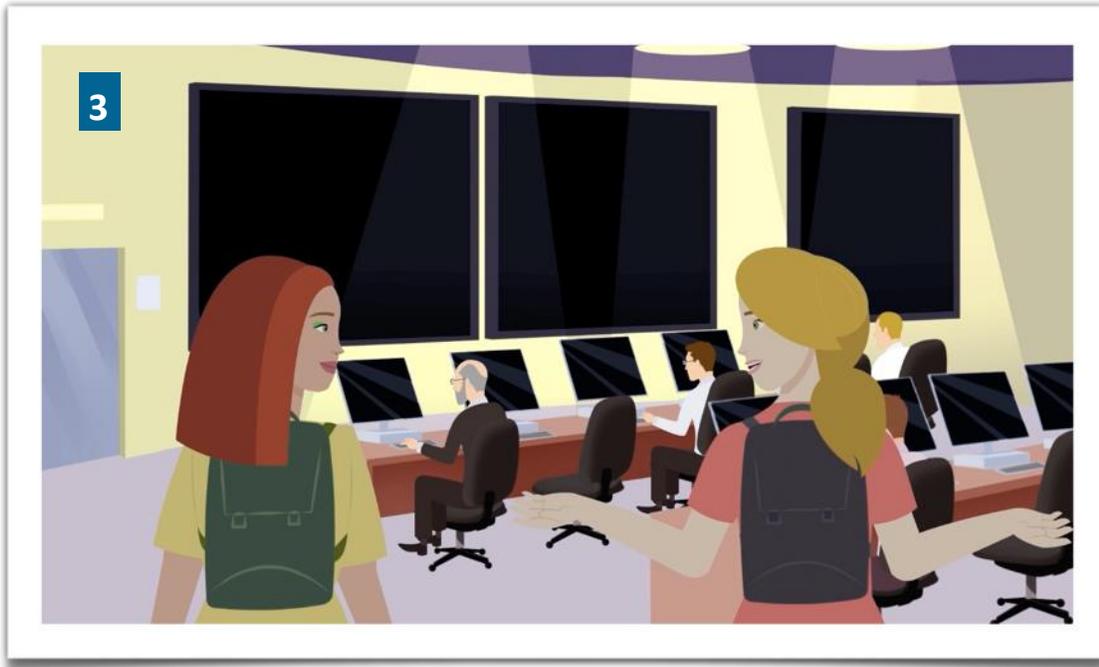
- 1. Trasparenza e Partecipazione** nelle Valutazioni Ambientali
- 2. Salute Umana** nelle Valutazioni Ambientali
- 3. Cambiamenti Climatici** nelle Valutazioni Ambientali
- 4. Monitoraggio VAS** nelle Valutazioni Ambientali



Il progetto - 4 video dedicati alle Valutazioni Ambientali



Il progetto - 4 video dedicati alle Valutazioni Ambientali



Dall'idea alla realizzazione - Veicolare un messaggio

Fondamentale per la buona riuscita e comprensione dei video è la comunicazione tra i diversi **reparti di lavoro** al fine di **veicolare un messaggio** il più **lineare** ed **efficace** possibile.

- Team **organizzativo**
- Team **creativo**
- Team di **postproduzione**

L'obiettivo dei video è quello di **rendere accessibili le informazioni** ai **molteplici target di riferimento** e organizzarle in modo tale da rendere la **comunicazione** dei contenuti **chiara, efficace e accattivante**.

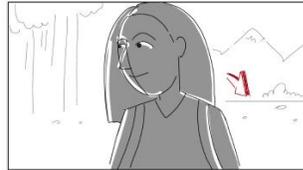


Dall'idea alla realizzazione - Veicolare un messaggio

Cambiamenti Climatici e Valutazioni Ambientali

Storyboard

25



Mezzo busto di Ambra.

Ambra: "Ma cosa si intende esattamente con mitigazione e adattamento?"

26



Esempi di mitigazione del cambiamento climatico.

Vale: "Mitigare significa trovare delle soluzioni che siano in grado di attenuare i cambiamenti climatici, riducendo alla fonte le emissioni di gas effetto serra."

27



Animazioni grafiche di esempi di adattamento.

Vale: "Adattamento invece, vuol dire contrastare gli effetti dei cambiamenti ormai in atto, adattandosi e difendendosi da quello che lo stesso uomo ha generato!"

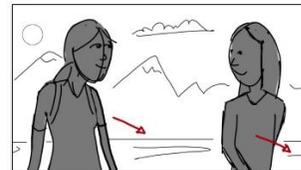
28



Mezzo busto di Ambra.

Ambra: "Ora si che mi è più chiaro! Nel nostro paese invece, quali pratiche di adattamento si possono mettere in atto?"

29



Campo medio Vale e Ambra.

Vale: "A seconda dei luoghi, bisogna trovare soluzioni per convivere..."

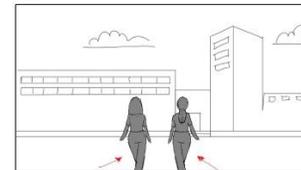
30



Animazione grafica. Diverse azioni possono essere messe in campo per adattarsi agli effetti del cambiamento climatico.

Vale (V. F. C.): "...con gli effetti dei cambiamenti climatici, adattandosi alle condizioni mutate e contenendo gli impatti oltre che le possibili conseguenze."

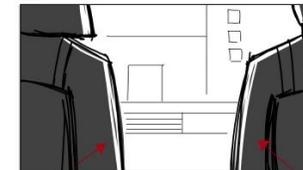
31



Vale e Ambra arrivano al centro di ricerca multidisciplinare per il clima; un edificio che rivela la sua destinazione scientifica, con antenne, sensori di vento, pannelli solari (rif. Eurac).

Vale: "A questo proposito, Ambra, seguimi! Ti porterò alla scoperta di un centro di ricerca multidisciplinare per il clima, dove viene presa in analisi la situazione del nostro paese..."

32



Vale e Ambra si dirigono verso l'ingresso del centro di ricerca multidisciplinare per il clima.

Vale (V. F. C.): "Raccogliere dati climatici, sia a livello mondiale sia locale..."



Dall'idea alla realizzazione - Veicolare un messaggio

Monitoraggio VAS e Valutazioni Ambientali

Storyboard

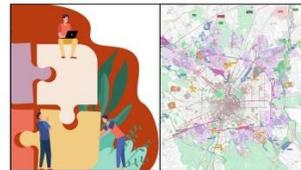
32



Animazione grafica della cartina dell'Italia: si evidenziano le regioni citate dal VO, e i relativi comuni.

Voice Over: "...che coinvolge diversi Comuni delle Regioni Veneto, Umbria, Abruzzo, Marche e Lazio..."

33



Animazioni grafiche di icone vettoriali che rappresentano la metodologia condivisa. Contributi dei Piani di Governo del Territorio.

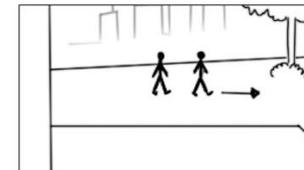
Voice Over: "...con l'obiettivo di costruire una metodologia condivisa per il monitoraggio dei piani di governo del territorio."

34



Girato dell'intervento del Dott. Cesare Lanna, direttore della direzione Valutazioni Ambientali della regione del Veneto.

35



Vale e Ambra continuano a esplorare l'area riqualificata.

Ambra "Quantificare... Cosa significa?"
Vale: "Vuol dire misurare..."

36



Le due continuano la scoperta del quartiere oggetto di riqualificazione.

Vale: "...esprimere con un numero, se possibile, un determinato fenomeno e la sua evoluzione nel tempo".

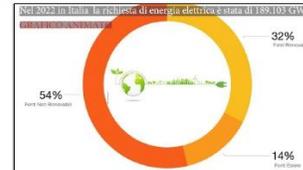
37



Animazione grafica dell'incremento di produzione energetica da fonti rinnovabili.

Vale (V.F.C.): "...Ad esempio, se l'obiettivo è incrementare la produzione di energia da fonte rinnovabile, l'azione deve prevedere la realizzazione di nuovi impianti per la produzione di energia elettrica e termica utilizzando impianti fotovoltaici."

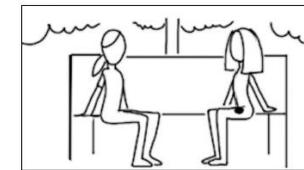
38



Animazione grafica di un diagramma raffigurante il quantitativo di energia richiesta in Italia nel 2022 derivante da diverse fonti. L'indicatore misura il quantitativo energetico prodotto da fonti rinnovabili a fronte dei consumi e fabbisogni.

Vale (V.F.C.): "...L'indicatore, quindi, deve misurare quanta energia è stata prodotta da fonti rinnovabili rispetto ai consumi e ai fabbisogni."

39



Ambra e Vale sono sedute in una zona del quartiere.

Vale: "Per fare questo è necessario partire da un punto di riferimento valido, da una base di dati affidabile e aggiornata".

Come si comunica un messaggio efficace - Il Target

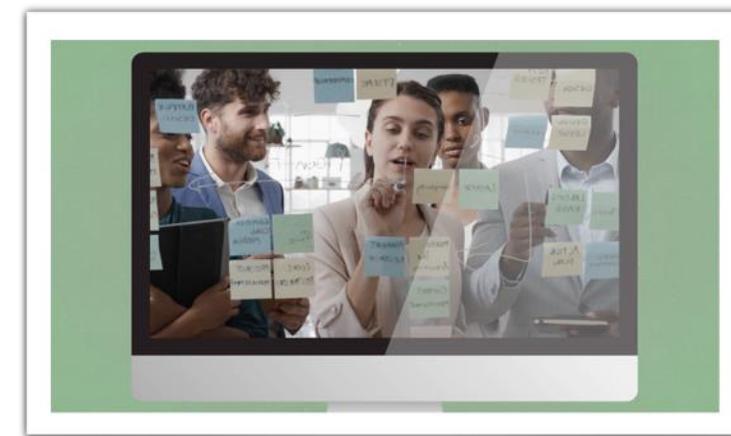
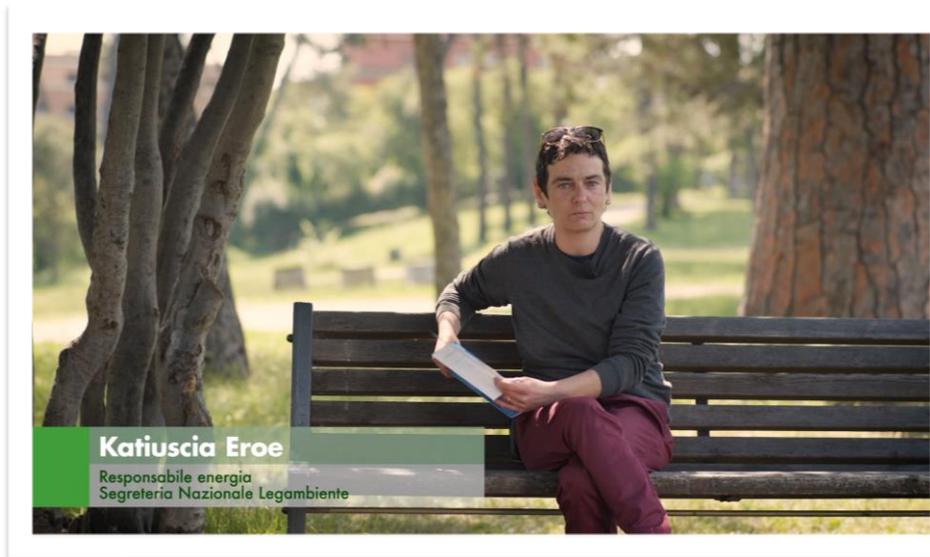
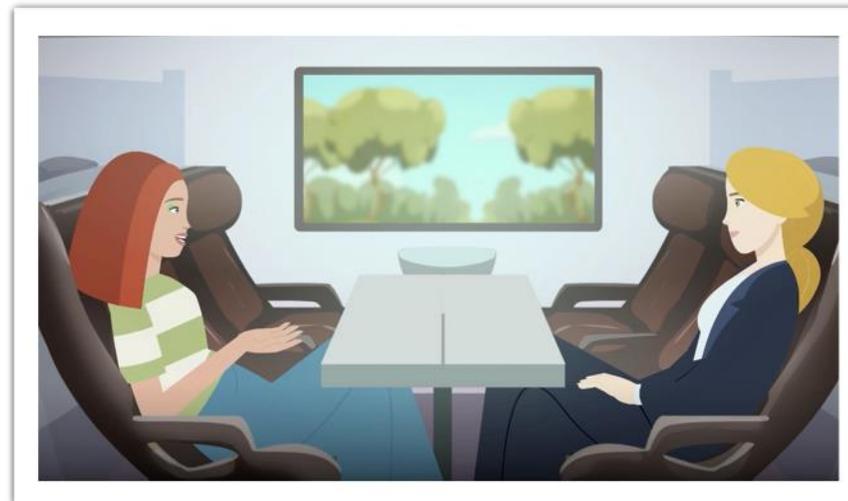
È importante la modalità in cui le **informazioni** vengono tradotte in **idee**. Soprattutto nel caso specifico del **Progetto CReIAMO PA** che affronta tematiche particolarmente specifiche.

Il nostro scopo: **far comprendere** un argomento complicato a un **target molteplice** di riferimento. In base al target a cui ci si rivolge è necessario **adattare** e **tarare** il modo di fare **comunicazione**.

I quattro video hanno un **target di riferimento** molto **vasto**; per questo è stato necessario un lungo lavoro al fine di **veicolare** le informazioni nella maniera più **efficace** e **consona** possibile, tenendo sempre ben presente **tutte le categorie** di individui che il nostro target racchiudeva.



Come si comunica un messaggio efficace - Il Target



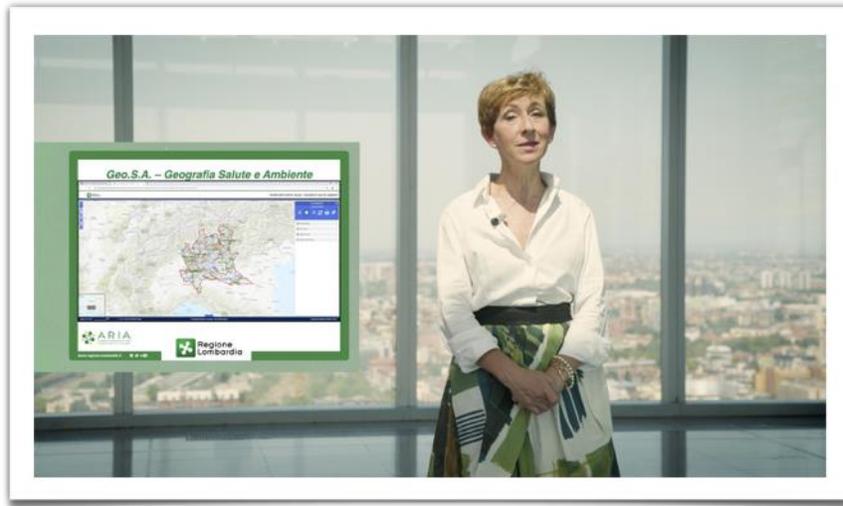
Ciò che comunichiamo è utile agli altri

Per comunicare in maniera efficace è fondamentale fare attenzione al fatto che la **modalità con cui si comunicano le informazioni** sia **chiara** e **comprensibile**. A maggior ragione se l'argomento trattato è complesso e tecnico.

Bottegacinema è una casa di produzione video, pertanto attraverso le **immagini** siamo in grado di rendere più **immediata, coinvolgente e comprensibile la comunicazione di un messaggio**.



Ciò che comunichiamo è utile agli altri



Comunicazione come accompagnamento alle Valutazioni Ambientali

Fin dall'inizio del progetto, ciò che ci ha guidato è stata la volontà di **informare e divulgare esaurivamente con appeal**, le tematiche delle **Valutazioni Ambientali**.

A monte della realizzazione dei video, uno degli aspetti fondamentali è stato quello di fare proprie un **vasto bacino di informazioni tecniche** sulle Valutazioni Ambientali.



Comunicazione come accompagnamento alle Valutazioni Ambientali

Una volta acquisite queste informazioni, il lavoro di Bottegacinema è stato quello di “**filtrarle**” e **comunicarle con modalità visive immediate** al fine di raggiungere un gran bacino di utenti **in maniera coinvolgente**.

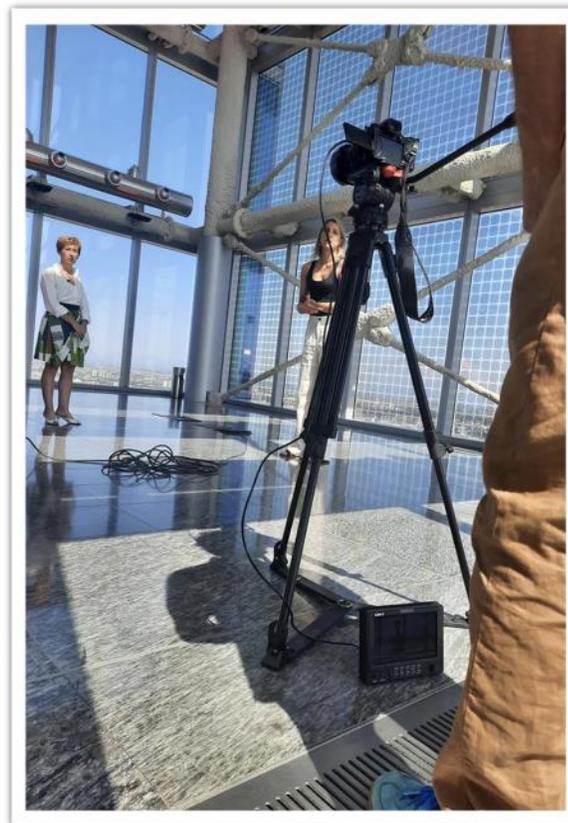
La **comunicazione** dovrebbe essere qualcosa che **accompagna** costantemente le tematiche delle Valutazioni Ambientali rendendo **l’argomento** più **accessibile** nei contenuti e anche più **semplice** e **accattivante**.



Comunicazione come accompagnamento alle Valutazioni Ambientali



Comunicazione come accompagnamento alle Valutazioni Ambientali



Serialità - I personaggi di Vale e Ambra

I personaggi animati 2D di Vale e Ambra fungono da **strumento per l'introduzione delle tematiche trattate**.

Si è aperto un **ciclo seriale** portato avanti da Vale e Ambra: ogni video tratta un campo di applicazione diverso delle Valutazioni Ambientali ma è comunque a sé stante e autoconclusivo.

Al tempo stesso però è presente **un fil rouge** che li collega tutti, i due personaggi e la struttura generale che si ripete in ogni video.



Serialità - I personaggi di Vale e Ambra

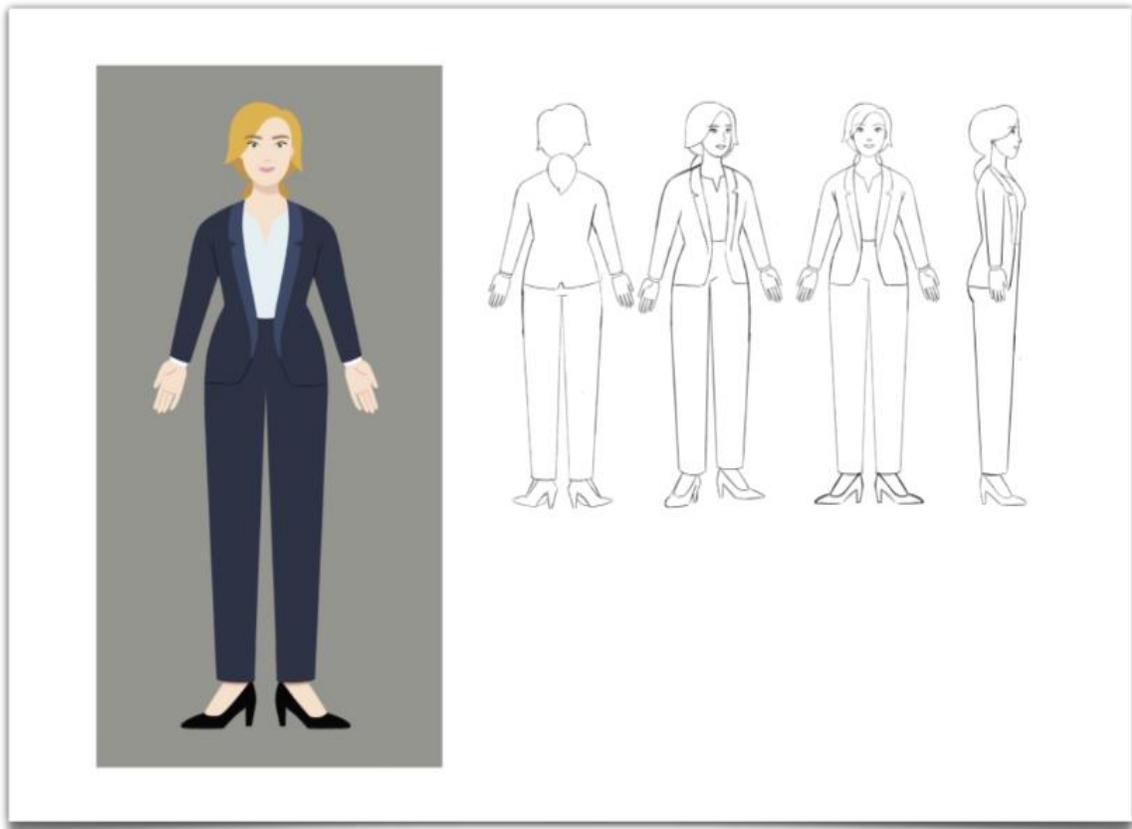
La **forza della serialità** consiste nella **familiarità** con i personaggi che vengono riconosciuti dallo spettatore, associandoli immediatamente al tema delle Valutazioni Ambientali. Un nuovo episodio sarà subito "interpretato" come un nuovo ambito di applicazione delle Valutazioni Ambientali.

Assieme a Vale e Ambra ritroviamo le **testimonianze** degli “addetti ai lavori” e il **Voice Over** a cui è stato affidato il compito di illustrare più tecnicamente gli argomenti introdotti, attraverso animazioni grafiche e testi animati a supporto visivo dello storytelling.

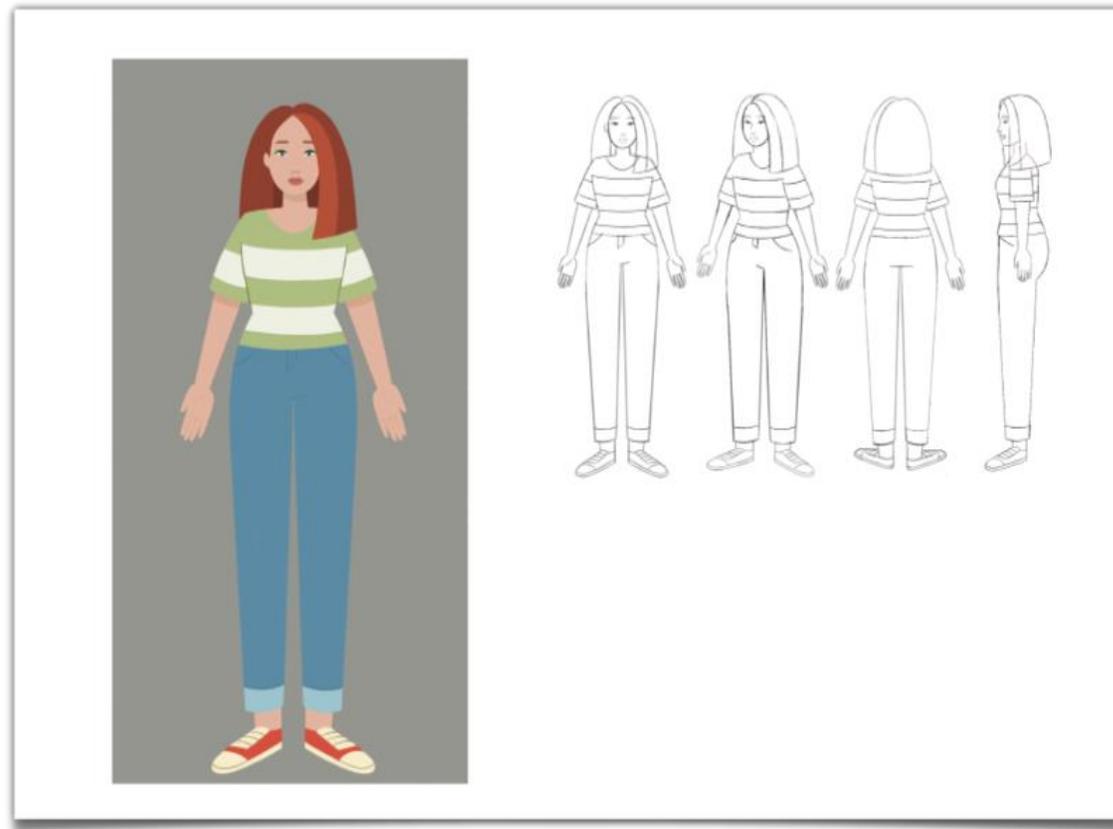


Serialità - I personaggi di Vale e Ambra

VALE



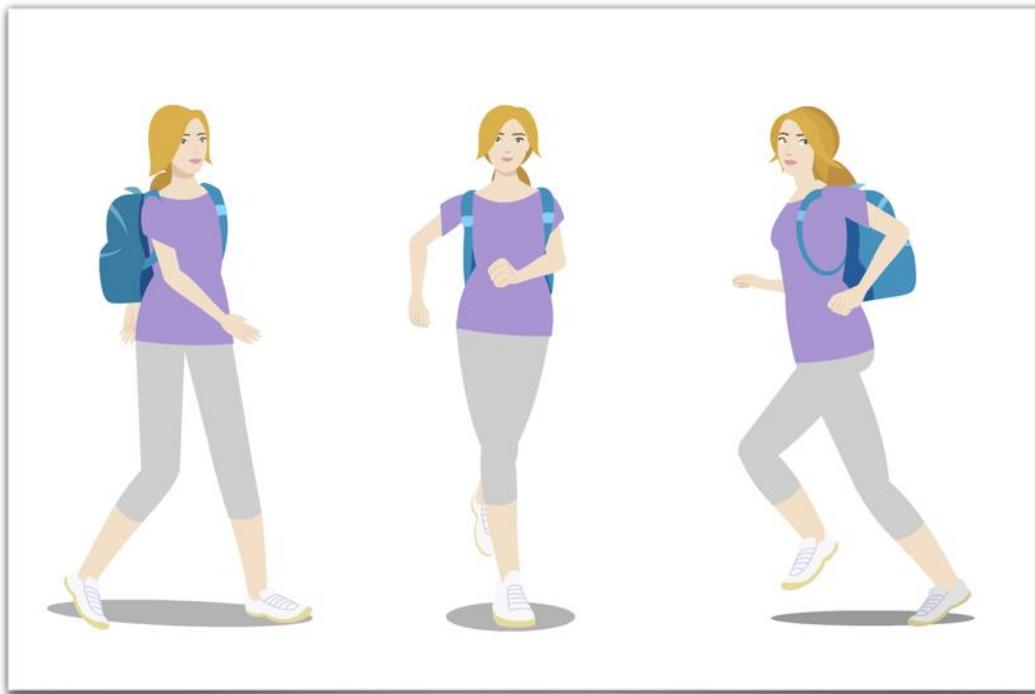
AMBRA



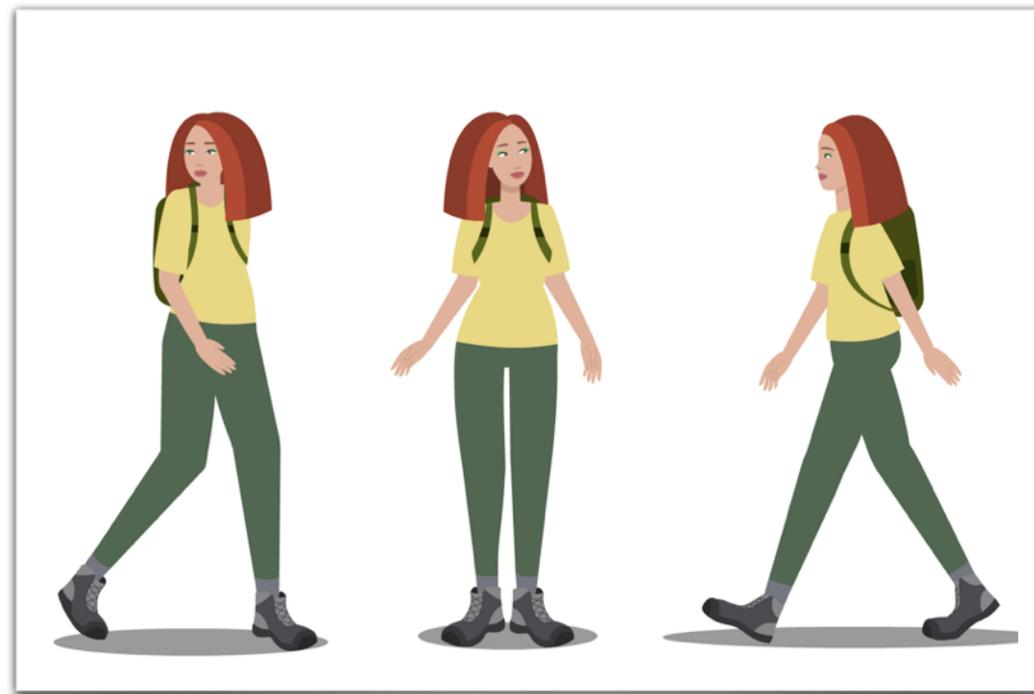
CReIAMO PA

Serialità - I personaggi di Vale e Ambra

VALE



AMBRA



CReIAMO PA

Versioni Long e Short - Adattamento alle esigenze comunicative odierne

- **Versioni Long** (complete da 12' a 17' cad.): le versioni integrali spiegano in maniera **esaustiva e approfondita** le tematiche e i campi di applicazione delle Valutazioni Ambientali.
- **Versioni Short** (cut ad hoc 2'/3' cad.): le versioni ridotte sono capaci di **riassumere e trasmettere** i concetti principali raccontati da Vale e Ambra e dal Voice Over. Oggigiorno i mezzi di comunicazione più utilizzati sono caratterizzati da una **visione veloce** e sempre più **immediata**. Per questo motivo i video Short si adattano perfettamente a tali esigenze.

