

PROGRAMMA

Laboratorio intensivo:

SCENEGGIATURA PER BRANDED CONTENT

Dal brief allo script. Quando l'advertising diventa un film.

Modalità: **Smart learning**

Docenti:

Fabio Morici e Marco Diotalle

Anche un brand può essere un universo narrativo. E dentro questo universo possono nascere storie, ambientazioni e personaggi, in grado di incarnare i valori e l'identità di un marchio e trasferirli al pubblico/cliente, senza l'invasione della pubblicità classica. Sempre di più oggi le grandi aziende sono della media company con l'ambizione di produrre contenuti di intrattenimento e raccontare storie. Specie con l'esplosione della serialità, questa esigenza è diventata una grande opportunità creativa. Questo significa che un autore/sceneggiatore, oggi può trovare nuove e stimolanti opportunità di lavoro creando contenuti brandizzati.

L'obiettivo del laboratorio è quello di ideare e scrivere il soggetto e la sceneggiatura di un cortometraggio, a partire dall'identità di un brand.

Caratteristica del laboratorio è quella di mutuare le tecniche e gli approcci derivanti dal percorso dei docenti, tra pubblicità, sceneggiatura tv e cinema. Gli studenti lavoreranno partendo da un brief, ovvero le necessità di comunicazione di un ipotetico brand, per poi lavorare in tribe, una modalità di brainstorming di gruppo molto usata in ambito internazionale. Durante il corso intensivo gli studenti impareranno a trovare un insight, a ideare un pitch e confezionare un moodboard : tutti strumenti del mestiere che chi lavora in pubblicità o nel cinema/tv conosce bene. Ed infine scriveranno una vera e propria sceneggiatura.

Il laboratorio è costituito da **10 moduli di 4 ore ciascuno di lavoro di gruppo**, ai quali si aggiungono **8 sessioni di lavoro di scrittura di coppia**, seguite costantemente dai docenti, che sono a disposizione via whatsapp/telefono per dubbi e feedback.

Il lavoro complessivo si divide in 3 fasi:

- 1) Dal brief al pitch** (4 moduli)
- 2) Soggetti e sceneggiature** (4 moduli)
- 3) Naming e comunicazione** (2 moduli)

FASE 1: dal brief al pitch

Modulo 1 (4h) - Introduzione al branded content: che cos'è, cosa lo distingue da una normale pubblicità, cosa lo accomuna allo storytelling. Cos'è l'insight: scopriremo che l'universo narrativo del brand è contenuto proprio lì dentro, e che le necessità comunicative del cliente, sono in realtà un'opportunità creativa. Lettura e analisi del brief ipotetico sul quale verrà impostato il lavoro.

Modulo 2 (4h) - Primo round di tribe: lavoro in sottogruppi per trovare la prima serie di nuclei narrativi in grado di rappresentare l'identità del marchio.

Modulo 3 (4h) - Secondo round di tribe per arrivare alla selezione finale dei nuclei narrativi attorno ai quali costruire le storie.

Modulo 4 (4h) - Terzo round di tribe e chiusura dei nuclei narrativi; come impostare il moodboard di presentazione del progetto complessivo, con logline, immagini e pitch; definizione delle coppie di scrittura.

FASE 2: soggetti e sceneggiature

1 sessione di scrittura (moodboard)

Modulo 5 (4h) - Analisi dei moodboard e approfondimento dei soggetti da portare avanti.

2 sessioni di scrittura (soggetti)

Modulo 6 (4h): analisi editing dei soggetti.

3 sessioni di scrittura (sceneggiature I)

Modulo 7 (4h): analisi editing prima stesura delle sceneggiature.

2 sessioni di scrittura (sceneggiature II)

Modulo 8 (4h): analisi editing seconda stesura delle sceneggiature.

FASE 3: naming e comunicazione

Modulo 9 (4h): brainstorming di gruppo per la definizione del naming del progetto, della tagline, e dei titoli.

Modulo 10 (4h): presentazione finale e conclusione del laboratorio.

DATE E ORARI

FASE	GIORNO	ORARIO	MODULO	SESSIONI SCRITTURA
1	Giovedì 3 settembre	09.30-13.30	1	
		14.30-18.30	2	
	Venerdì 4 settembre	09.30-13.30	3	
		14.30-18.30	4	
2	Lunedì 7 settembre	14.30-18.30	5	Moodboard: 1g
	Giovedì 10 settembre	14.30-18.30	6	Soggetto: 2gg
	Lunedì 14 settembre	14.30-18.30	7	Sceneggiatura (I stesura): 3gg
	Giovedì 17 settembre	14.30-18.30	8	Sceneggiatura (II stesura): 2gg
3	Venerdì 18 settembre	09.30-13.30	9	
		14.30-18.30	10	