

SPOT RADIO E VIDEO GARA POR VENETO

Spot radio 15”

Lo spot riproduce una scena di vita quotidiana: una prima fase di “teasing” che consiste in una conversazione fra due amici (Spk: Speaker; il secondo Speaker può adattarsi ai vari target dell’iniziativa: donne, giovani, immigrati...), allo scopo di attirare l’attenzione dell’ascoltatore, mentre i rumori di sottofondo servono a dare allo spot una connotazione realistica. Le informazioni sull’oggetto della campagna emergono gradualmente subito dopo, seguite infine dalla voce fuori campo che introduce le autorità protagoniste della comunicazione e fornisce il link di riferimento.

1° Situazione:

rumori di sottofondo, due amici stanno conversando.

Spk 1: “Finalmente c’è qualcuno che investe su di noi!”

Spk 2: “Su noi donne (sui disoccupati? sugli immigrati? sui giovani?)

E chi?”

Spk 1: “La regione Veneto e l’Unione Europea! Informati su www.porveneto.it”

Spk istituzionale: “ Regione Veneto e Fondo Sociale Europeo.

In Veneto, l’Europa funziona.”

2° Situazione:

le voci dei tre personaggi si susseguono e si confondono un po’ fra loro.

Spk 1 (donna): “Vorrei lavorare e fare qualcosa per me...”

Spk 2 (giovane): “Mi sono laureato, e ora?”

Spk 3 (immigrato): “Come faccio ad entrare nel mercato del lavoro?”

Spk istituzionale: “La Regione Veneto e l’Unione Europea investono su di te. Informati su www.porveneto.it Regione

Veneto e Fondo Sociale Europeo. In Veneto, l’Europa funziona

Spot video 15”

Lo spot non possiede nulla di pubblicitario in sé, ma si basa su una semplice “slice of life”, una scena di vita quotidiana che si apre con un colloquio

fra due o più persone. In seguito ad una breve fase iniziale in cui viene mostrato il contesto situazionale, vengono introdotti due personaggi (A e B) coinvolti in una conversazione; un terzo personaggio (C) si inserisce nella conversazione, rassicurando gli altri due e fornendo agli spettatori e destinatari della campagna la soluzione ai loro problemi. Al suo intervento si aggancia subito dopo la voce fuori campo, che mette in gioco le autorità protagoniste della comunicazione e citando la mission dell'intera campagna rende lo spot immediatamente riconoscibile. L'inquadratura finale del manifesto della campagna identifica ulteriormente il messaggio, fornendo infine il link di riferimento per ottenere ogni tipo di informazione sull'iniziativa.

Due persone che aspettano l'autobus, nel mezzo di una conversazione:

A: " ...il problema è trovare qualcuno che investa su di me"

B ascolta e alza le spalle.

C interviene: "È più facile di quanto immagini: la Regione Veneto e l'Europa investono su di noi e sul nostro futuro!"

Voce fuori campo: " Regione Veneto e Fondo Sociale Europeo.

In Veneto, l'Europa funziona."

La telecamera stringe sul manifesto pubblicitario della campagna, chiudendo lo spot.