

PROGRAMMA Lab "Dall'idea al pitchdeck: come si presenta un progetto audiovisivo"

Giorno 1 - Introduzione e concezione dell'idea

- Presentazione e selezione dei soggetti proposti dai partecipanti
- Introduzione al pitchdeck: definizione, scopi e importanza nel mercato audiovisivo
- Differenze tra pitch scritto, orale e visivo
- Introduzione al concetto di Unique Selling Point (USP) e originalità: come individuare e valorizzare l'unicità della propria idea
- Composizione dei team di scrittura
- Sviluppo dell'idea: brainstorming e analisi delle storie

Giorno 2 - Strutturare il pitchdeck: contenuti chiave e narrazione

- Strutturare la narrazione nel pitchdeck: titolo, logline, sinossi breve ed estesa
- Descrizione dei personaggi principali e delineazione dell'arco narrativo
- Ambientazione, tempo e mood: come costruire il contesto e l'atmosfera
- Definizione del *tone of voice*, del punto di vista e delimitazione del genere
- Struttura narrativa e punti di svolta principali dei progetti
- Le note d'intenti, le note dell'autore

Giorno 3 - Aspetti visivi del moodboard e tecniche di sintesi

- Principi di design: chiarezza, gerarchia visiva, uso efficace di colori e immagini
- Inizio della creazione dei moodboard:
 - 1) Strumenti digitali per la realizzazione del pitchdeck: panoramica e suggerimenti pratici (Canva, PowerPoint, LTX Studio, Keynote etc.): scelta dei software da utilizzare
 - 2) Ricerca e selezione dei riferimenti artistici-visivi
 - 3) Sintesi e scrittura persuasiva: come evitare il sovraccarico, come usare un linguaggio chiaro e coinvolgente
 - 4) Chiusura della prima bozza

Giorno 4 - Preparazione del pitch e simulazione

- Tecniche di comunicazione per il pitch: tono, ritmo, pause, gestualità
- Creazione della scaletta per la presentazione orale
- Revisione e perfezionamento del pitchdeck e della presentazione orale

- Chiusura del moodboard
- Chiusura del pitchdeck

Giorno 5 - Presentazione ai produttori e feedback professionale

- Sessione di pitching finale davanti a produttori cinematografici e televisivi
- Discussione e confronto sulle presentazioni
- Feedback individuali dai produttori e indicazioni sulle prospettive di mercato e miglioramento
- Chiusura e riflessioni finali sul percorso svolto