

Davide Frattini, 5Dt

MOODBOARD

Relazione tecnica elaborato esame

2020 | 2021



BRIEF

Evento pubblico di arte e musica sperimentale con intervento di artista di fama internazionale.

MISSION

Offrire un'esperienza audio-visiva di musica elettronica coinvolgente e stimolante in live streaming, con la possibilità di fruirne attraverso la realtà virtuale.

VISION

Innovare nel campo dei concerti in streaming, dando la possibilità di assistervi da qualunque parte del mondo contemporaneamente in maniera realistica.

TARGET

Il target medio è composto da ragazzi e ragazze dai 15 ai 25 anni amanti della musica elettronica, provenienti da più stati, pratici con la tecnologia ed aventi almeno uno smartphone (per un'esperienza ottimale è consigliato un visore per la realtà virtuale, reperibile anche, in una versione base, ad un prezzo molto accessibile).

INTRODUZIONE

I concerti online in VR ricreano ambienti virtuali che permettono all'utente di essere coinvolto ad un livello multisensoriale grazie a immagini e suoni 3D, capaci di offrire un'esperienza a 360°. Sebbene la partecipazione ad un concerto online avvenga a distanza, attraverso la realtà virtuale è possibile interagire direttamente con l'artista, riuscendo anche ad esprimere un feedback in live.

Essendo di per sé un'avanguardia nel mondo degli eventi, anche per quelli online, viene attuata una strategia di oceano blu, data l'assenza di competitor rilevanti.

Invece, vi è una collaborazione tra gli organizzatori dell'evento "Soundshape" e "Johannes - Social Live Agency", una delle poche realtà italiane che, grazie alla piattaforma "HY.PE Project", realizzata in collaborazione con "Lapis", si propone di creare spazi 3D interattivi fruibili dall'utente, con la capacità di gestire una regia virtuale da remoto.



Logo di "Johannes - Social Live Agency"
sito web: <https://www.johannes.pics/>

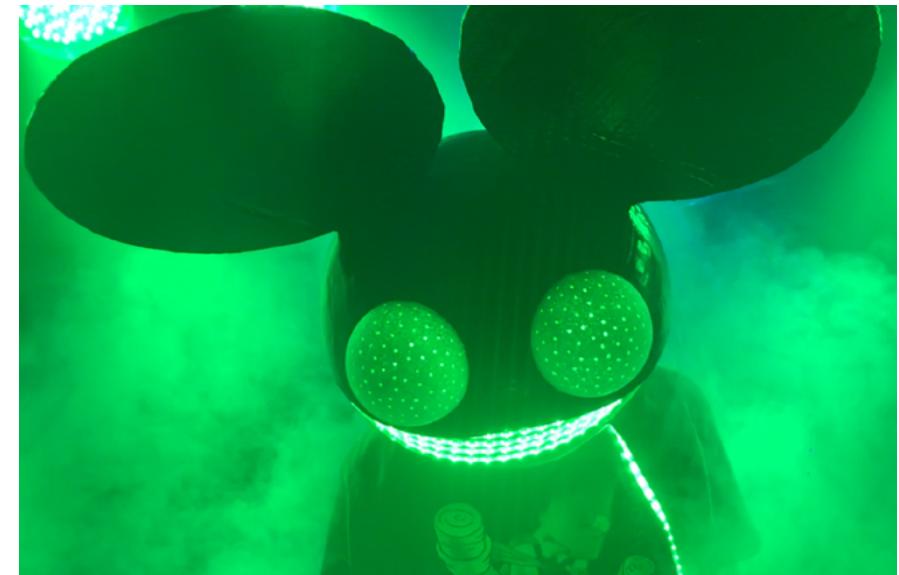
FASE 1: l'artista internazionale e la maschera

Il brand vuole proporsi in una veste giovane, innovativa ed energica, anche sfruttando l'immagine di un dj di fama internazionale, Deadmau5.

Ho scelto lui come artista perché utilizza una maschera che, in primo luogo, funge da simbolo riconoscibile per gli amanti della musica elettronica; in secondo luogo, ricostruendo la maschera, mi è possibile usarla per effettuare io stesso le riprese che, in qualsiasi altra condizione, non avrei potuto realizzare.



Reference (Deadmau5 originale)



Ricostruzione (risultato finale)

**FASE 1**

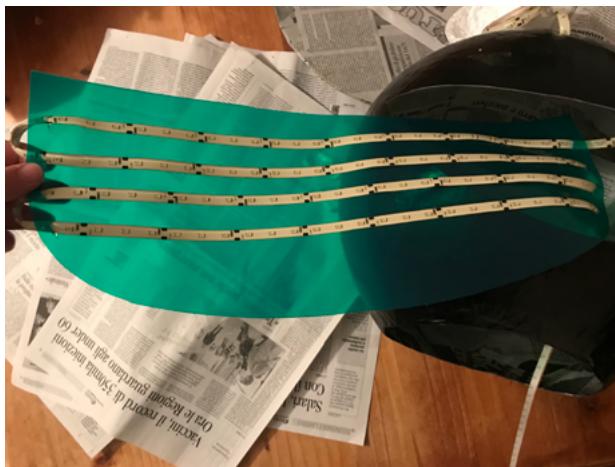
Palloncino ricoperto di carta pesta

**FASE 2**

Orecchie di cartone + cartapesta

**FASE 3**

Unione + incisione bocca

**FASE 4**

Plastica trasparente bocca + led

**FASE 5**

Occhi di polistirolo bucherellati

**FASE 6**

Verniciatura ed incollaggio parti

FASE 2: logo

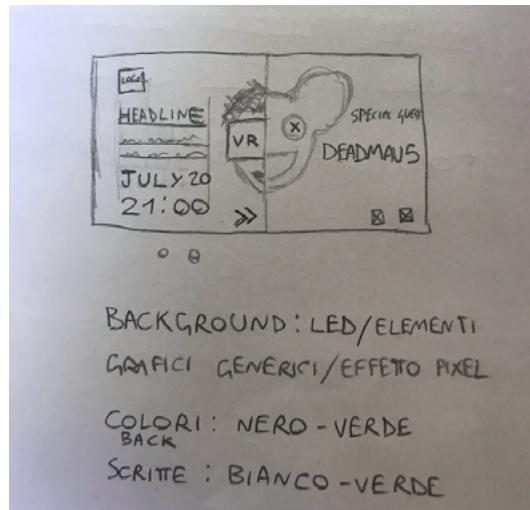
Riguardo al logo, oltre ad dover essere iconico, riconoscibile e riproducibile (come ogni logo che si rispetti), mira ad essere essenziale e giovanile, rimandando il più possibile al mondo sonoro, infatti, l'ispirazione primaria è l'onda sonora. Il colore principale è il verde, simbolo di energia vitale e gioventù, oltre ad essere riconducibile al mondo virtuale (colore dei testi nelle vecchie schermate di programmazione o codici binari, immaginario matrix, ecc.).



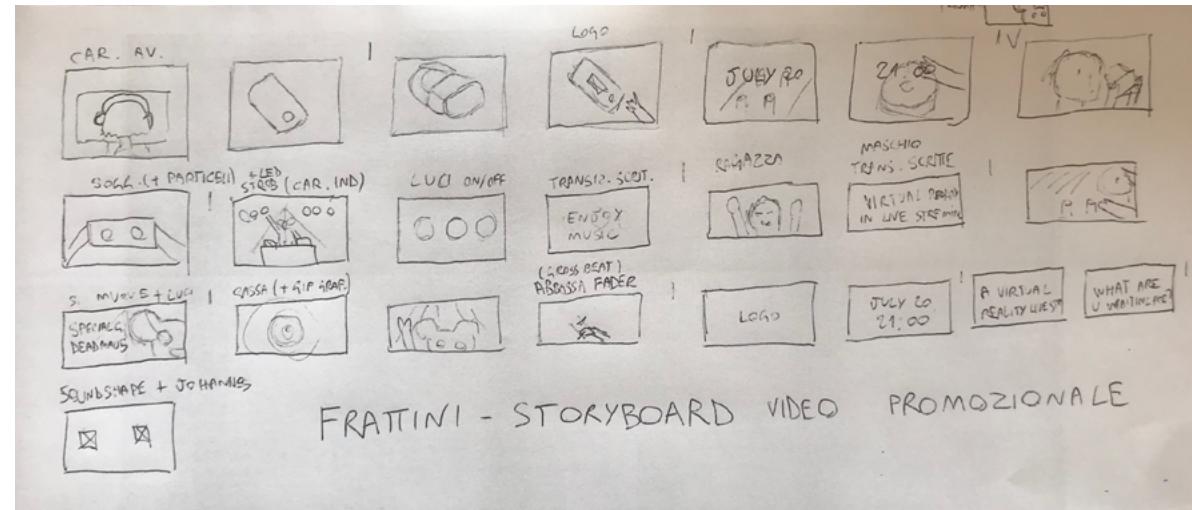
Varie prove di logo (Soundshape/Mix/Mex)

FASE 3: promozione

Per la promozione dell'evento ho scelto i mezzi web e televisivi, con la realizzazione quindi di una campagna social e di uno spot pubblicitario. Questo per rispettare le esigenze del target giovane e tecnofilo, oltre che per adeguarsi alla situazione pandemica odierna, garantendo l'informazione all'interno delle mura domestiche.



Bozza post Instagram scorrevole (2 facciate)

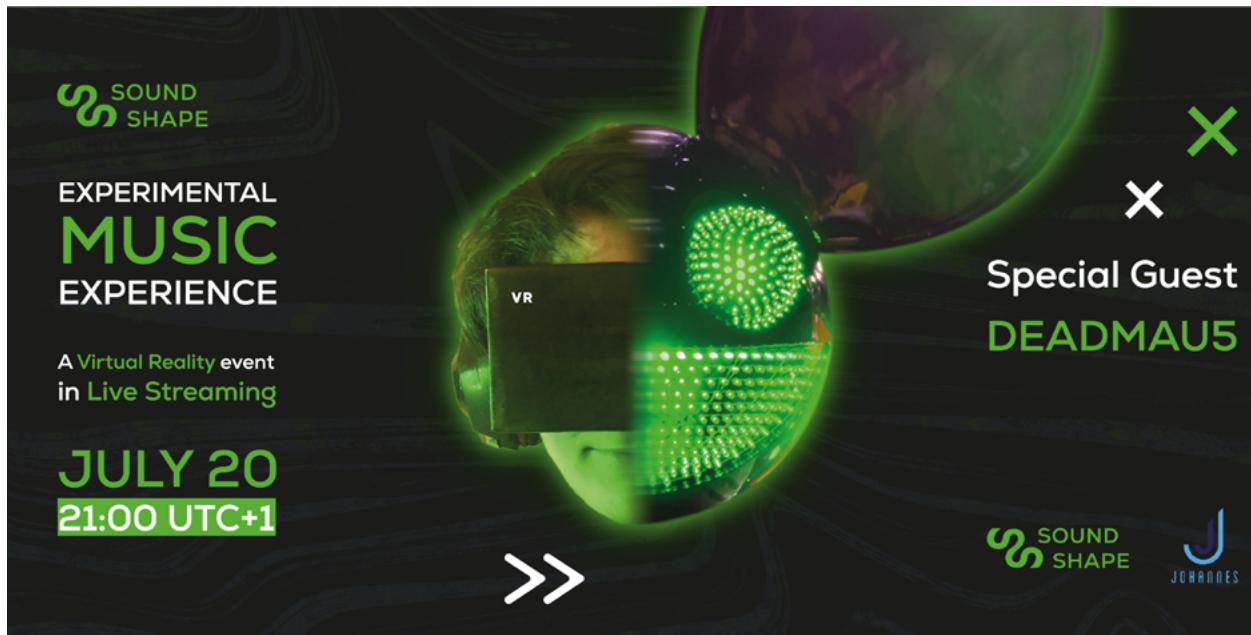


Bozza storyboard per il video promozionale televisivo (40" circa)

FASE 3.1: post per Instagram

Il post per Instagram è un carosello a due pagine, realizzato con l'utilizzo dei software Adobe Illustrator (testi e impaginazione) e Adobe Photoshop (elaborazione immagini).

Inoltre, ho realizzato una pagina Instagram fittizia, così da poter visualizzare il post nel suo formato finale, al pari di un ipotetico fruitore della campagna pubblicitaria.



FASE 3.2: spot pubblicitario

Lo spot promozionale è stato girato con un iPhone 6 e montato con Adobe Premiere. Il brano che accompagna la pubblicità è stato realizzato da me con l'utilizzo del software musicale FL Studio.

La realizzazione delle riprese è avvenuta in due luoghi: le prime inquadrature sono state realizzate nella mia camera, con l'ausilio di un paio di led a mia disposizione, la seconda sezione è stata girata nello studio di registrazione di un mio amico, munito di attrezzature da concerto, con la partecipazione di un'altro mio amico e la sua console da dj. Il set nella sua interezza è stato allestito ad hoc per l'occasione.



Clip estratte dallo spot pubblicitario Soundshape



SOUND SHAPE

Experimental Music and Art Experience