



PROGETTAZIONE DI UNA INSTALLAZIONE MULTIMEDIALE E INTERATTIVA
ECONOMIA COME Iled.

CA RICCARDO PADELLI
COMUNICAZIONE E PROMOZIONE INVITALIA

CONCEPT

La proposta prevede la realizzazione di un promo video che illustri con un tono accattivante e un ritmo serrato la panoramica delle storie e dell'offerta Invitalia. Il video sarà interattivo: abiliterà l'attivazione di contenuti e funzioni speciali grazie ad una app dedicata, scaricabile gratuitamente dai visitatori. Gli extra saranno attivati inquadrando il video con il proprio device mobile .

La app interagirà con il video, che sarà proiettato a ripetizione su un grande video wall, ma anche con alcuni supporti fisici che saranno posizionati negli spazi INVITALIA dell'Auditorium. Grazie alla tecnologia di riconoscimento di immagine la app reagirà ad una selezione di scene del video e immagini fisse, attivando in realtà aumentata gli speciali realizzati ad hoc.

Per realtà aumentata si intende un sistema che permette di intervenire in tempo reale sul flusso di immagini ripreso dalla fotocamera del proprio device, "aumentando" l'ambiente circostante con aggiunta di contenuti interattivi e multimediali, dati e info geolocalizzate.

01

Contesto e obiettivi

Istallazione multimediale e APP dedicata per l'evento FESTIVAL ECONOMIA COME seconda edizione che si terrà a Roma presso l'auditorium parco della musica (9-10-11 novembre) a cura di Invitalia.

Si vuole dare evidenza e voce al racconto del ventaglio di offerta dell'agenzia attraverso alcune storie di successo selezionate che hanno beneficiato del precedente set di incentivi.





02

Video Wall

Il promo video sarà trasmesso su un video wall che occuperà in larghezza la quasi totalità dello spazio adiacente alla biglietteria e si svilupperà verticalmente.



Spazio INVITALIA lato Biglietteria

Supporti fisici Rollup, pannelli, sagomati

Gli stessi contenuti aumentati lanciati dal promo video potranno essere fruiti utilizzando la app con i supporti fisici. Ogni supporto conterrà una immagine che, se inquadrata, attiverà il contenuto extra corrispondente.

Questa soluzione comporta numerosi benefici tra cui evidenziamo:

- espansione dell'area in cui offrire l'esperienza aumentata alleggerendo il flusso davanti al wall e indirizzandolo anche verso l'area Invitalia dedicata all'esposizione dei manufatti legati ai finanziamenti erogati
- introduzione di nuovi elementi di arredo degli spazi che saranno brandizzati e disegnati in armonia con l'allestimento previsto
- assegnazione ad ogni "storia" di un supporto che può raccontare sia le case history di cui è presente un manufatto in loco sia quelle che ne sono prive
- possibilità di utilizzare il supporto e quindi la app e abilitare l'esperienza aumentata (sarà riportato sul supporto l'invito a scaricare la app e link/QR per accesso diretto agli store)



NARRAZIONE 1/2

Il promo in infografica utilizzerà un linguaggio accattivante, con elementi visuali misti animati in computer grafica: loghi, icone e scritte, clip video dei progetti finanziati, immagini, clip realizzate ad hoc in collaborazione coi soggetti incentivati.

Il messaggio del video sarà affidato a una sequenza di statement di immediata comprensione, in particolare la call to action a provare l'interattività speciale.

L'obiettivo è ingaggiare l'attenzione del partecipante all'evento in una zona altamente pedonabile e invitarlo a interagire.

04



Unico segnale video distribuito su 6 pannelli

Promo Video

L'esigenza di veicolare più messaggi (storie di successo, offerta agevolazioni Invitalia, invito a scaricare l'app, segnalazione dei passaggi di fermo immagine in cui è possibile interagire con la APP richiede un montaggio di tipo "composit" – fosse un sito diremmo metro design - che ben si sposa con uno schermo composto da più pannelli.

Il video sarà privo di audio e concepito per essere fruito da un punto qualsiasi della clip, che sarà trasmessa in loop.

La clip sarà confezionata da hoc nella dimensione e rapporto di forma corrispondente alla superficie del wall e conterrà alcune immagini che inquadrare innescheranno il riconoscimento da parte della app e la conseguente attivazione del contenuto extra corrispondente



1. Il video ingaggia l'utente di passaggio con messaggi sintetici, accattivanti, chiari. L'installazione non deve essere percepita come disimpegno tra spazi espositivi.
2. Il posizionamento delle call to action e delle porzioni di video – fermo immagine – saranno visibili e inquadrabili da una distanza adeguata a una corretta lettura.
3. Sarà possibile "sganciarsi" dal video wall per visualizzare sul proprio device gli extra una volta lasciati lasciando libero il passaggio e la visuale sullo schermo.

SE IL SUONO SVANISCE LE CIELE

ESPERIENZA DIFFUSA

L'utilizzo di supporti fisici consente di progettare una esperienza diffusa creando itinerari non obbligati per la fruizione di contenuti speciali che moltiplicano i punti di ingaggio, di visibilità del progetto e di presenza di Invitalia.



THE ART/MUSIC OF EVERY EPOCH WAS CONTEMPORARY



NARRAZIONE 2/2

Le clip delle storie di successo fornite da Invitalia hanno durata adeguata al progetto e alla fruizione da mobile ma ritmo e narrazione non sono ottimali per il tipo di comunicazione usata nel progetto. Per un racconto omogeneo ed efficace è necessario integrare un elemento narrativo introduttivo che li allinei a una immagine coordinata e ordinata e a un tono comune e al tempo stesso li contestualizzi all'interno dell'evento e di una installazione interattiva.

Abbiamo identificato come soluzione il format della Selfie Interview.



Esistono intere web serie basate sul format



La selfie interview è usata anche da volti noti

Le storie di successo

I protagonisti delle storie rispondono a domande predefinite, autoproducendo il video.

Il canovaccio dell'intervista comune a tutti è predisposto per lo sviluppo di una struttura coerente, adatta a una narrazione e a un montaggio cross-storia da utilizzare nel filmato promo.

Saranno prodotte delle animazioni grafiche con lo stesso stile grafico del promo personalizzate per ogni clip per introdurre simpaticamente il contenuto speciale video.

Le animazioni partono automaticamente al momento del riconoscimento di immagine e si arrestano rendendo disponibile in stand by il tasto "Play" o "Avvia" per il lancio della azione successiva.



Esempio di stile narrativo: L'innesco avviene attraverso un'immagine che mostra il volto del protagonista della storia abbinata a una call to action che invita a conoscere di chi è il volto e interagire direttamente con il protagonista.

Esempio di stile narrativo: L'innesco avviene attraverso un'immagine relativa al prodotto, al logo, all'ambito del racconto, con una call to action che ingaggia la curiosità del visitatore e l'invito a scoprire la storia di successo.



LA APP

La app sarà scaricabile gratuitamente dagli store Android e iOS. INVITALIA è già in possesso di utenze Google Play ed Apple App Store su cui saranno pubblicate le due app. Non è richiesta una app multilingua, poiché anche i contenuti sono solo in italiano, ma sarà possibile pubblicarla anche su store non italiani.

L'app è progettata per essere semplice ed efficace: design minimal e funzioni intuitive. L'azione di inquadrare e riconoscere le immagini che innescano gli extra deve risultare facile come scattare una foto.

Al riconoscimento sarà associato un feedback visivo o tattile (es. vibrazione) o una combinazione dei due. I contenuti saranno lanciati automaticamente e ancorati in realtà aumentata all'oggetto riconosciuto. Sarà possibile all'utente mettere in pausa o in fullscreen animazioni e video e quindi "sganciarle" dall'oggetto riconosciuto per visionarle comodamente.

60

Usabilità, velocità e immediatezza

Per funzionare anche in mancanza di connessione* all'interno dell'Auditorium sarà possibile inserire all'interno della app stessa la componente media, ossia tutti i video e contenuti extra che saranno attivati al riconoscimento. I file saranno compressi ma per garantirne la fruizione e limitare le dimensioni della app prevediamo un massimo di 10 video, di durata non superiore a 3 minuti. La nostra esperienza confermano che questa è la lunghezza adeguata per mantenere l'attenzione del visitatore e non intralciare il passaggio. Per il download della app sarà necessario avere copertura di rete, dunque in assenza di wifi gratuito e performante all'interno dell'Auditorium (ed eventuale processo di registrazione spesso non gradito agli utenti) sarà necessario prevedere una indicazione anche all'esterno sull'opportunità di scaricare la app.

*In presenza di buona copertura di rete è preferibile non inserire i video in app ma farli fruire in streaming da un nostro server dedicato, ottenendo una app scaricabile in minor tempo.

*Esempio di interazione "giocosa"
in cui l'animazione in pre-roll
interagisce con l'immagine di
innesco*



10



SCOPRI COME
IL CONTRATTO DI SVILUPPO
HA AIUTATO LAMBORGHINI
AD ANDARE PIÙ VELOCE



SPOSTA L'AUTO CON LA APP
E ASCOLTA L'INTERVISTA
DI STEFANO DOMENICALI

INVITALIA

SCARICA LA APP



INTERATTIVITÀ

Il funzionamento della app si basa sostanzialmente sulla possibilità di riconoscere con la fotocamera del proprio device alcune immagini che hanno funzione di *trigger*, ovvero di innesco di una risposta da parte della app al cui interno sono codificate e configurate tutte le azioni.

Ad ogni immagine può corrispondere una azione da visualizzarsi attraverso la app sullo schermo del proprio telefono o in realtà aumentata. Ad esempio:

- lancio di un contenuto video (l'utente può interagire con il media player per mettere in pausa, fermare o rilanciare la clip)
- lancio di immagine o bottone collegato a un link (attiva il browser del device)
- lancio di una pagina interna (non web) con form per info o profilazione utente
- lancio di una splash page virtuale, fatta di testo, immagini eventuali link o con scelta multipla tra più azioni, tra quelle descritte ai punti precedenti
- lancio di piccole animazioni che rendono più smart l'applicazione e divertente l'esperienza utente da utilizzare come pre-roll dei contenuti extra multimediali

Image recognition e augmented reality

*Diverse immagini possono attivare lo stesso contenuto extra. Ad esempio la medesima "storia" può essere lanciata sia inquadrando il filmato trasmesso su Video Wall sia inquadrando il supporto fisico dedicato.

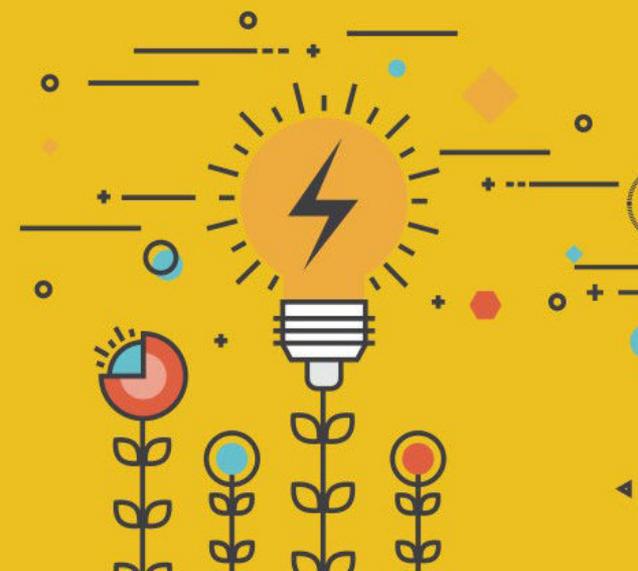
Per opportunità promozionale e commerciale il riconoscimento di immagine sarà configurato anche per immagini speciali quali il logo di INVITALIA, il logo del singolo progetto che, inquadrato, lancerà la clip corrispondente.

Si tratta di una funzionalità che senza generare extra costo risulta efficace e rende possibile far provare l'esperienza anche al di fuori dell'evento e in assenza del video o dei supporti speciali.



Immagine Coordinata

Le proposte grafiche di Promo, Clip extra, Animazioni, interfaccia della app, saranno derivate e realizzate a partire dal mood grafico della presenza Invitalia all'evento.





Sedi

Via Pirelli 29 – 20124 Milano -
+39.02.66823373

Piazza Bologna, 1 – 00162 Roma -
+39.06.44291483

Contatto

Max Paleari

m.paleari@materiaviva.eu

+39.335.5683039

(co-fondatore, socio di maggioranza
e legale rappresentante)

PIVA/CF

03184260135

Indirizzo certificato (PEC)

amministrazione@pec.materiaviva.eu
