



in collaborazione con la  **fondazione  
banfi**

# JOB DV / Studio



1a EDIZIONE WINTER SCHOOL

 [www.jobdv.it](http://www.jobdv.it)

**JOB**DV / Studio



# JOB DV / Studio

VIDEO PRODUZIONE 



# JOB DV / Studio

VIDEO PRODUZIONE 

MOTION GRAPHICS 

# JOB DV / Studio

VIDEO PRODUZIONE 

MOTION GRAPHICS 

FOTO 

# JOB DV / Studio

VIDEO PRODUZIONE 

MOTION GRAPHICS 

FOTO



# CLIENTI



# ITALIA - ESTERO

CLIENTI



ITALIA

SETTORE VINO

CLIENTI



BOTTEGA

ITALIA  
Toscana



ORNELLAIA



SETTORE VINO

15

**JOB DV /**  
**Studio**





STATISTICHE

**IL VIDEO:** il modo migliore di presentarsi ?



STATISTICHE



STATISTICHE

**IL VIDEO:** il modo migliore di presentarsi ?



**NOI TUTTI RICORDIAMO**  
(nel senso che teniamo a mente)



STATISTICHE



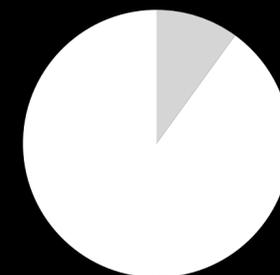
STATISTICHE

**IL VIDEO:** il modo migliore di presentarsi ?



**NOI TUTTI RICORDIAMO**  
(nel senso che teniamo a mente)

**10%** di quello che ascoltiamo



STATISTICHE





STATISTICHE

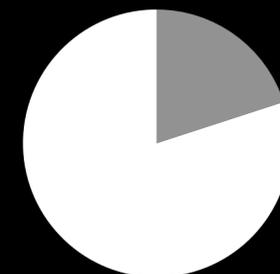
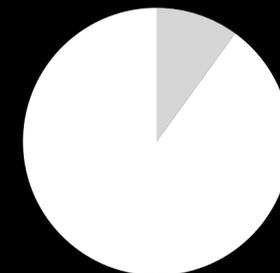
**IL VIDEO:** il modo migliore di presentarsi ?



**NOI TUTTI RICORDIAMO**  
(nel senso che teniamo a mente)

**10%** di quello che ascoltiamo

**20%** di quello che leggiamo



STATISTICHE



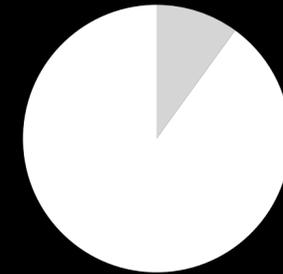
STATISTICHE

**IL VIDEO:** il modo migliore di presentarsi ?

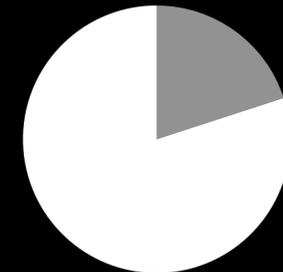


**NOI TUTTI RICORDIAMO**  
(nel senso che teniamo a mente)

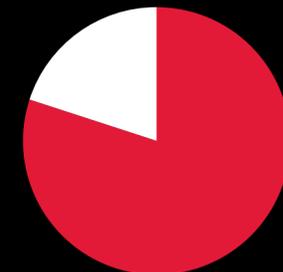
**10%** di quello che ascoltiamo



**20%** di quello che leggiamo



**80%** di quello che vediamo



STATISTICHE



# IL VIDEO: il modo migliore di presentarsi ?

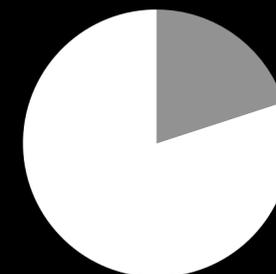
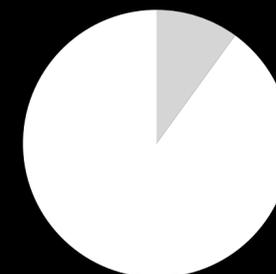


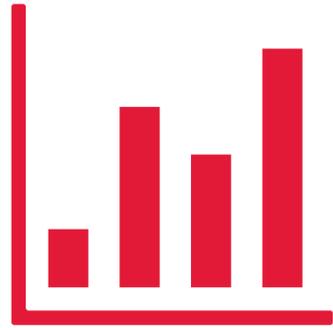
**NOI TUTTI RICORDIAMO**  
(nel senso che teniamo a mente)

**10%** di quello che ascoltiamo

**20%** di quello che leggiamo

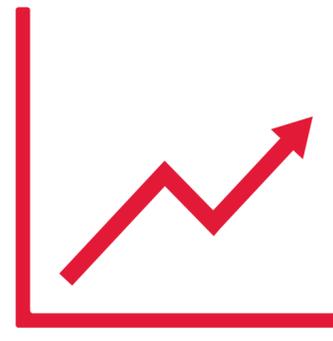
**80%** di quello che vediamo





STATISTICHE

**1 minuto  
di video**

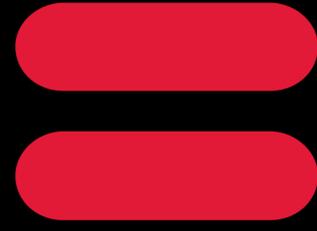


STATISTICHE



STATISTICHE

**1 minuto  
di video**



**2.000.000  
di parole**

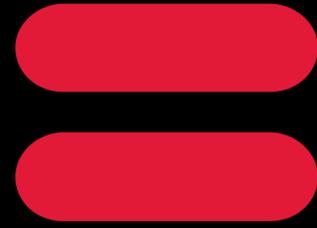


STATISTICHE



STATISTICHE

**1 minuto  
di video**



**2.000.000  
di parole**

**1/3 del tempo on line**

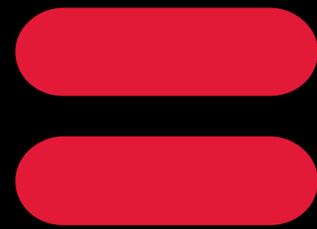


STATISTICHE



STATISTICHE

**1 minuto  
di video**



**2.000.000  
di parole**

**1/3 del tempo on line**



**visione e condivisione  
di video**



STATISTICHE

**Se il VIDEO colpisce**

# Se il VIDEO colpisce



# Se il VIDEO colpisce



# quel video sar

# Se il VIDEO colpisce

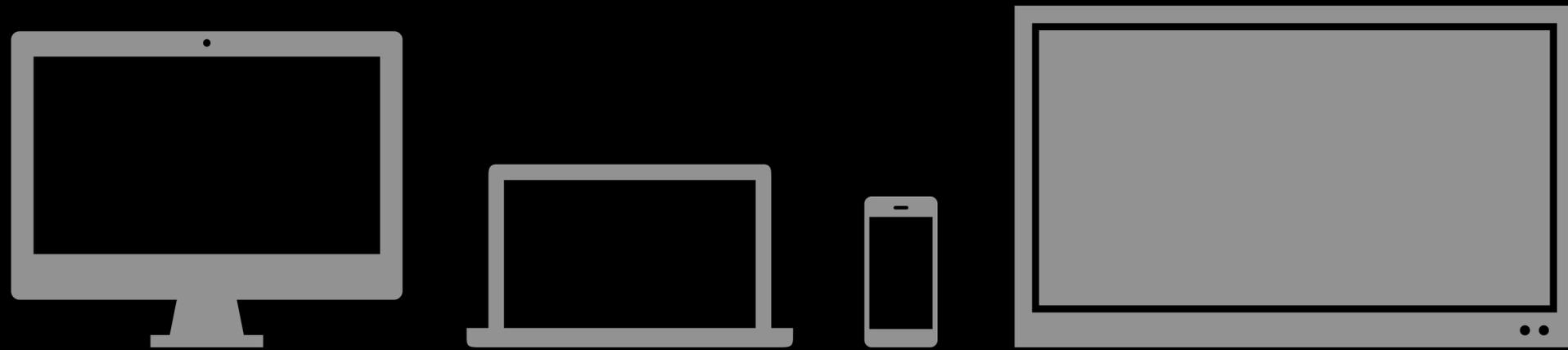


quel video sar

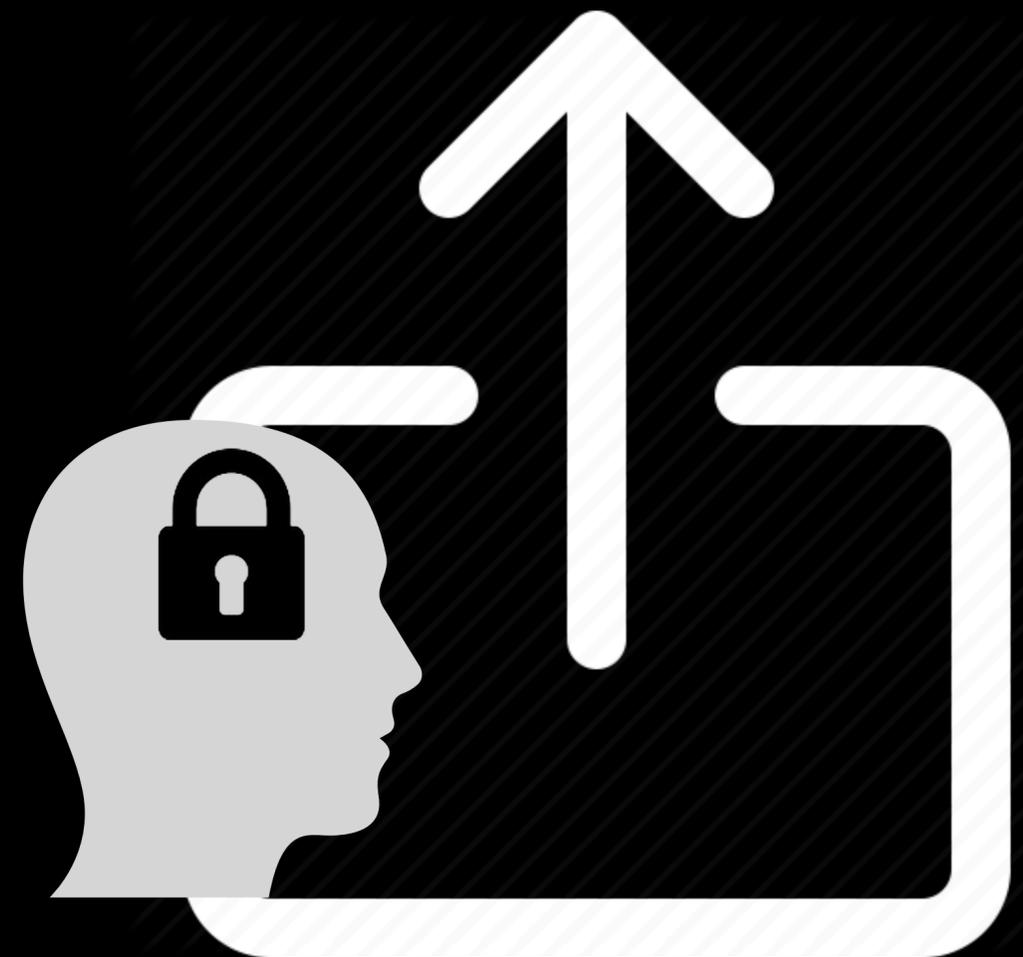
# RICORDATO!

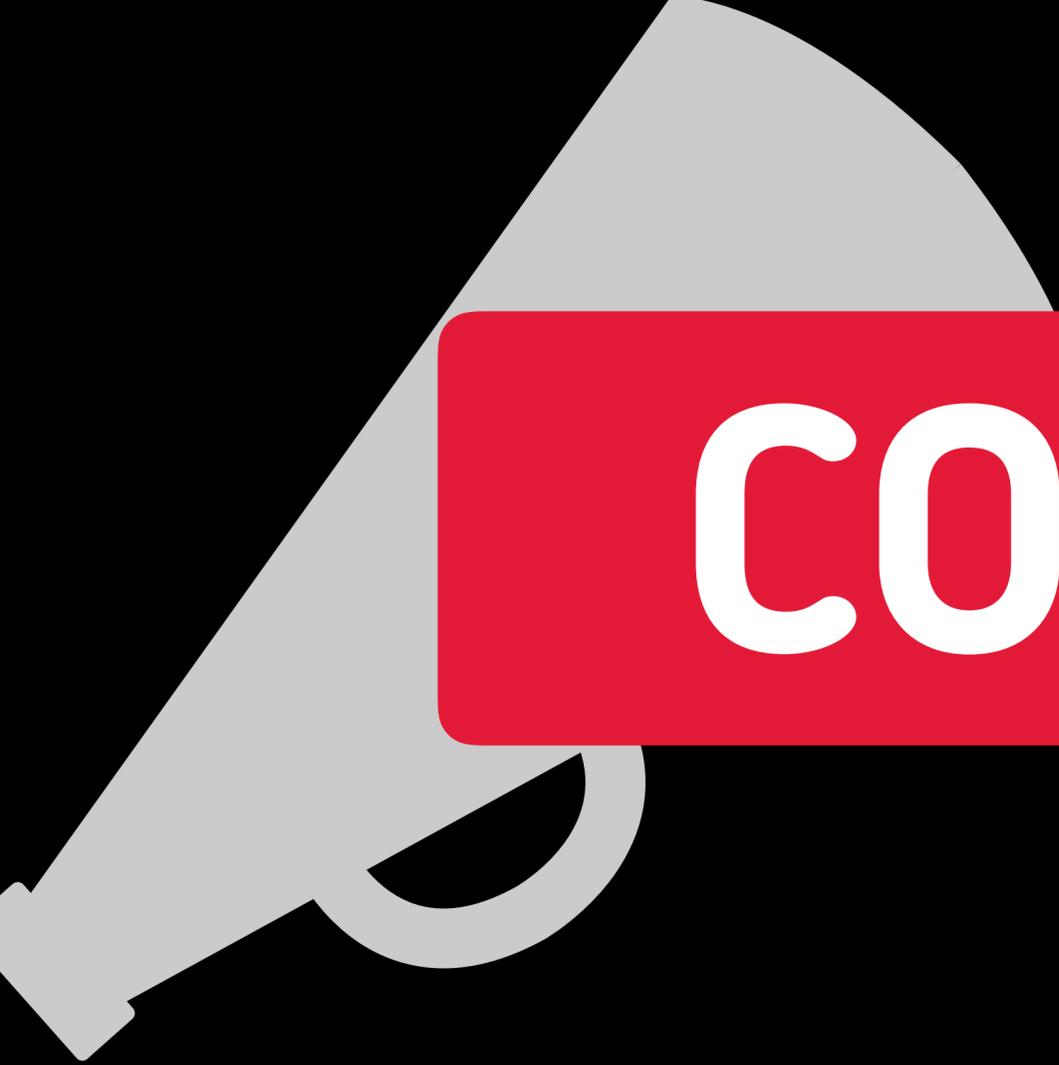


e condiviso...



quel video sar  
**RICORDATO!**





**COMUNICARE**



**COMUNICARE**

**EMOZIONARE**



**COMUNICARE**

**FAR ARRIVARE IL MESSAGGIO**

**EMOZIONARE**



**COMUNICARE**

**FAR ARRIVARE IL MESSAGGIO**

**EMOZIONARE**

**TOCCARE LA SENSIBILITA'**













**PERCHE' IL VIDEO E' IMPORTANTE ?**



# **PERCHE' IL VIDEO E' IMPORTANTE ?**

## **. IMMEDIATO E DI FACILE COMPrensIONE**

Si trasmette un messaggio in maniera semplice, rapida e diretta



# PERCHE' IL VIDEO E' IMPORTANTE ?

## . IMMEDIATO E DI FACILE COMPrensIONE

Si trasmette un messaggio in maniera semplice, rapida e diretta

## . E' TRA I MIGLIORI MODI PER RELAZIONARSI CON IL CLIENTE

Si trasmette fiducia mettendoci 'la faccia', mostrandosi liberamente



# PERCHE' IL VIDEO E' IMPORTANTE ?

## . IMMEDIATO E DI FACILE COMPrensIONE

Si trasmette un messaggio in maniera semplice, rapida e diretta

## . E' TRA I MIGLIORI MODI PER RELAZIONARSI CON IL CLIENTE

Si trasmette fiducia mettendoci 'la faccia', mostrandosi liberamente

## . PUO' ESSERE VISTO SEMPRE E OVUNQUE

E' consultabile su moltissimi supporti



# PERCHE' IL VIDEO E' IMPORTANTE ?

## . IMMEDIATO E DI FACILE COMPrensIONE

Si trasmette un messaggio in maniera semplice, rapida e diretta

## . E' TRA I MIGLIORI MODI PER RELAZIONARSI CON IL CLIENTE

Si trasmette fiducia mettendoci 'la faccia', mostrandosi liberamente

## . PUO' ESSERE VISTO SEMPRE E OVUNQUE

E' consultabile su moltissimi supporti

## . E' QUALCOSA DI NECESSARIO PER I 'SOCIAL'

Caricare contenuti video sui 'social' permette la condivisione





# JOBDOV / Studio STORIE

scing elit. Morbi sodales nisi nec tellus  
que, nec lacinia erat suscipit in. Sed  
it euismod elit. Vivamus justo diam,  
ntum nec orci. Ut vel tortor facilisis,  
or, leo vitae tempus pharetra, nisi ligula  
Aliquam in pretium elit. Ut imperdiet  
Proin congue bibendum velit, sit amet  
corper diam vitae lacinia sollicitudin.  
eet. Nunc porta, sem et viverra mattis,  
non quam. Vestibulum a justo ornare,  
fermentum magna eget urna dictum,

itudin. Sed ultrices iaculis facilisis. In  
ctus vel erat eu maximus. Maecenas  
ue imperdiet. Vivamus sodales lectus  
ursus a eros ac viverra. Mauris auctor,  
entum nisi, id vehicula ante lectus sed

re dolor vel sapien efficitur hendrerit.  
ere eu eget leo. Phasellus non lacus  
Curabitur eu lectus ut metus ornare  
Nulla at dapibus sem, sit amet ultrices  
rtis facilisis, erat orci feugiat dolor,  
bi quis aliquam augue. Nam consequat  
massa ut elit eleifend eleifend. Cras sed  
sus.

icitur magna sollicitudin. Sed sit amet  
an dui vel, condimentum erat. Donec  
ibus tempus quam. Curabitur cursus  
les, risus quis feugiat mollis, nulla nisi  
rpis. Ut sem leo, efficitur quis ante id,  
platea dictumst. Donec hendrerit eu  
nisi molestie accumsan. Pellentesque  
pat et. Fusce urna lectus, pulvinar eget  
sollicitudin molestie ligula sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
semper consectetur. Nunc ultrices va  
tortor nulla, interdum eget eros eget  
pellentesque nec elementum non, co  
feugiat diam eu, aliquam mauris. Mau  
luctus neque, non blandit urna nisi ege  
hendrerit metus, at fringilla orci effici  
porta sem scelerisque ac. Vestibulum  
Suspendisse rutrum urna et ullamcorp  
risus ante gravida arcu, a pulvinar nis  
ullamcorper quam quis, efficitur ipsu  
id viverra nunc tincidunt.

Etiam venenatis porta mauris vehicul  
hac habitasse platea dictumst. Curab  
eleifend mi eu justo lacinia, et tincid  
odio, vel fringilla enim vulputate et. M  
ligula quis hendrerit congue, orci enim  
lorem. Nulla et metus justo.

In feugiat iaculis accumsan. Maecena  
Etiam eu ipsum in diam scelerisque  
consequat, laoreet sapien a, volutpat  
lobortis. In ac lorem at purus fringilla  
felis. Quisque vestibulum, lorem eg  
eleifend accumsan arcu metus vitae dia  
sem id est fermentum dignissim. Mau  
nunc tristique, vehicula urna eu, tinci

Cras laoreet leo vel nibh ullamcorper,  
erat erat. Quisque eget nisi pharetra,  
tellus sem, tempor vitae arcu molest  
lorem sit amet elementum ultrices. Na  
lobortis nisl, at ullamcorper lacus risu  
finibus vestibulum nunc. In hac hab  
mauris ut porttitor. Duis fringilla eni  
malesuada magna arcu, quis mollis ero  
vulputate at, pulvinar id sem. Cura

# JOBDOV / Studio STORIE

**RACCONTIAMO IL MONDO DEL VINO**

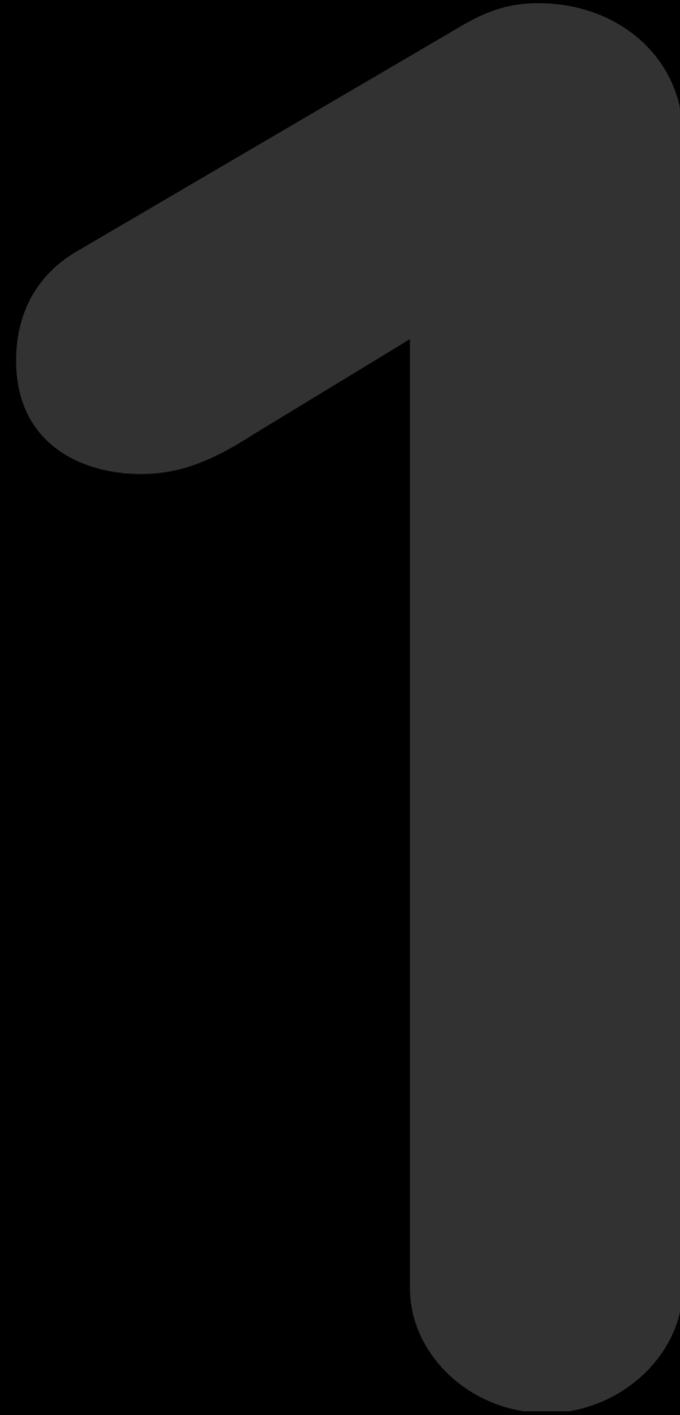
# JOBDOV / Studio STORIE

PAROLE + IMMAGINI + MUSICA



**RACCONTIAMO IL MONDO DEL VINO**

**Esempio 1**



## Esempio 1

# CORPORATE BANFI



**Esempio 1**

## **CORPORATE BANFI**



**CORPORATE**

**DURATA CIRCA 3 MIN.**

**DESTINAZIONE: WEB - SOCIAL NETWORK - EVENTI**

**FORMATO STANDARD 16:9 4K 4K**

## Esempio 1

# CORPORATE BANFI



**CORPORATE**

**DURATA CIRCA 3 MIN.**

**DESTINAZIONE: WEB - SOCIAL NETWORK - EVENTI**

**FORMATO STANDARD 16:9 4K 4K**

La **storia** di un anno (quasi un anno) del mondo Banfi, raccontata con sole immagini suggestive, accompagnate da una musica composta su misura e da un sound design dedicato; il passaggio delle stagioni, le varie attività nei vari mesi, la crescita dell'uva fino alla vendemmia, la cantina, la parte ricettiva, la chiusura di un ciclo in autunno.



## Esempio 2



**Esempio 2**

# **REPORTAGE ORNELLAIA**

VENDEMMIA D'ARTISTA - IL CARISMA - 2015



ORNELLAIA

## Esempio 2

# REPORTAGE ORNELLAIA

VENDEMMIA D'ARTISTA - IL CARISMA - 2015



ORNELLAIA

**REPORTAGE**

**DURATA MAX 1 MIN.**

**DESTINAZIONE: SOCIAL NETWORK (INSTAGRAM)**

**FORMATO 'VERTICALE' 9:16 HD**

## Esempio 2

# REPORTAGE ORNELLAIA

VENDEMMIA D'ARTISTA - IL CARISMA - 2015



ORNELLAIA

REPORTAGE

DURATA **MAX** 1 MIN.

DESTINAZIONE: SOCIAL NETWORK (INSTAGRAM)

FORMATO '**VERTICALE**' 9:16 HD

Il **racconto** di un evento attraverso immagini e soprattutto attraverso le parole tratte dalle interviste dei relatori partecipanti.

Sotheby's

Milano

08.02.18



## Esempio 3



**Esempio 3**

**VIDEO PROMOZIONALE - DANZANTE**

DOLCEVITA

*Danzante*

## Esempio 3

# VIDEO PROMOZIONALE - DANZANTE

DOLCEVITA

# Danzante

STORYTELLING

DURATA 3-4 MIN.

DESTINAZIONE: CONVENTION - EVENTI

FORMATO 16:9 2K

## Esempio 3

# VIDEO PROMOZIONALE - DANZANTE

DOLCEVITA

# Danzante

**STORYTELLING**

**DURATA 3-4 MIN.**

**DESTINAZIONE: CONVENTION - EVENTI**

**FORMATO 16:9 2K**

Il **racconto** di due coppie di ragazzi che vivono, in due locations diverse (Val d'Orcia e Venezia) la propria storia d'amore, sono veri amici e dopo qualche giorno si ritroveranno per una cena insieme, brindando con del buon vino. Le locations richiamano i luoghi di produzione del vino, i ragazzi richiamano il brand giovane per un target giovane, ma in pieno stile dolcevita.



Esempio 4



## Esempio 4

# MOTION GRAPHICS - BANFI PIEMONTE

L'ALTRA



## Esempio 4

# MOTION GRAPHICS - BANFI PIEMONTE

L'ALTRA



**MOTION GRAPHICS**

**DURATA 1 MIN.**

**DESTINAZIONE: WEB - SOCIAL NETWORK - EVENTI LIVE**

**FORMATO 16:9 e 9:16 HD**

## Esempio 4

# MOTION GRAPHICS - BANFI PIEMONTE

L'ALTRA



MOTION GRAPHICS

DURATA 1 MIN.

DESTINAZIONE: WEB - SOCIAL NETWORK - EVENTI LIVE

FORMATO 16:9 e 9:16 HD

Animazione grafica per **raccontare** la nascita della nuova rossa in casa di Banfi Piemonte... La Barbera, uno tra i vitigni più rappresentativi della regione Piemonte, con L'Altra assume le forme di una coinvolgente ed intrigante ragazza. L'abito ricorda le morbide colline da cui nasce la sua identità e la sua forza.



## Esempio 5

# SHORT FILM / DOCUFILM - ARCHOS & BANFI

Nuovo Stand Banfi al Vinitaly

**archos**



**DOCUMENTARIO - STORYTELLING**

**DURATA 10 MIN.**

**DESTINAZIONE: TV - WEB**

**FORMATO 16:9 HD**

Il **racconto**, la **storia** del nuovo stand BANFI al Vinitaly, dalla sua progettazione, alla sua costruzione, alla sua inaugurazione.



## Esempio 6

# PROMO - BOTTEGA

Cocktails

# BOTTEGA

TUTORIAL

DURATA 2 MIN.

DESTINAZIONE: WEB - SOCIAL NETWORK

FORMATO 16:9 HD

Il **racconto** di come si realizza un cocktail utilizzando i prodotti Bottega e con testimonial d'eccezione: Claudio Perinelli



**“SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO**

# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

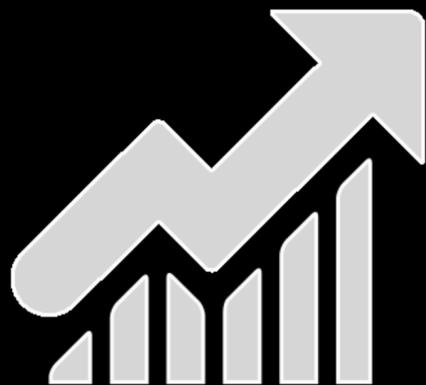
PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

VALORIZZARE



VALORIZZARE

# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI  
cercare di dire la verità , il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI  
cercare di dire la verità , il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

LA NATURA

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI

cercare di dire la verità, il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

LA NATURA

IL TERRITORIO (anche nelle vicinanze)

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI

cercare di dire la verità, il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

LA NATURA

IL TERRITORIO (anche nelle vicinanze)

LA CANTINA

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI

cercare di dire la verità, il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

LA NATURA

IL TERRITORIO (anche nelle vicinanze)

LA CANTINA

LE STRUTTURE RICETTIVE

VALORIZZARE



# “SEGRETI” PER RACCONTARE IL MONDO DEL VINO

PRIMA DI RACCONTARE OCCORRE ASCOLTARE  
ascoltare il cliente, creare una sorta di mappatura

LE ORIGINI E LE TRADIZIONI

PERCULIARITA' DEI PRODOTTI E DELLE LAVORAZIONI

cercare di dire la verità, il cliente vuole ritrovare in un video  
le cose che ha visto e se le ritroverà ne parlerà bene

LA NATURA

IL TERRITORIO (anche nelle vicinanze)

LA CANTINA

LE STRUTTURE RICETTIVE

LE ETICHETTE

VALORIZZARE



**ALTRI ESEMPI**

**CORPORATE ORNELLAIA**  
**CORPORATE MASSETO**





# STORYTELLING per tutti

**STORYTELLING**  
**per tutti**

**UN UNICO FORMAT**  
**per contenuti diversi**

STORYTELLING

# FORMAT

**struttura narrativa**

**inizio - svolgimento - conclusione**



**contenitore**

contenitore

STORYTELLING

STORYTELLING

# FORMAT

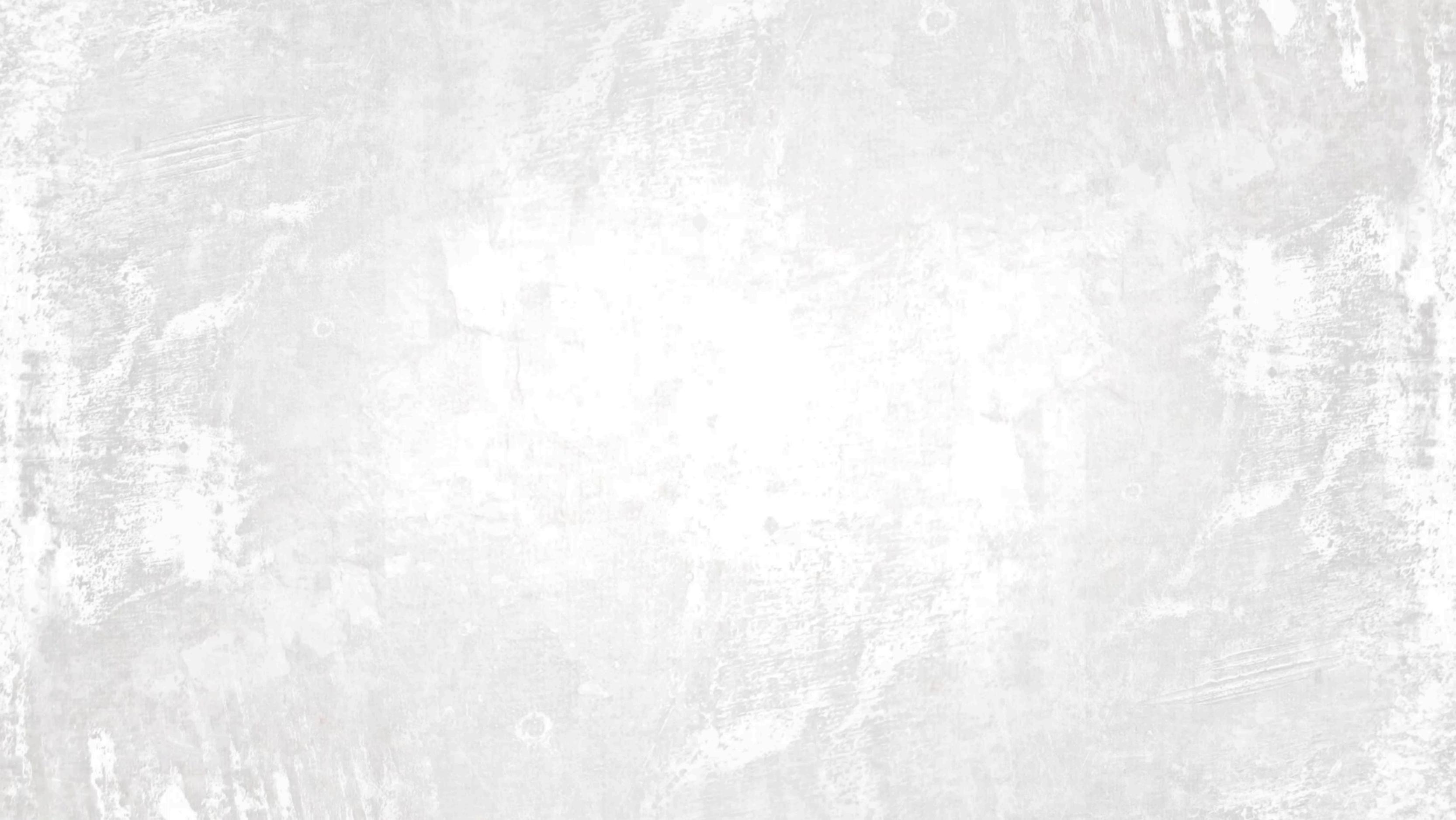
**struttura narrativa**

**inizio - svolgimento - conclusione**

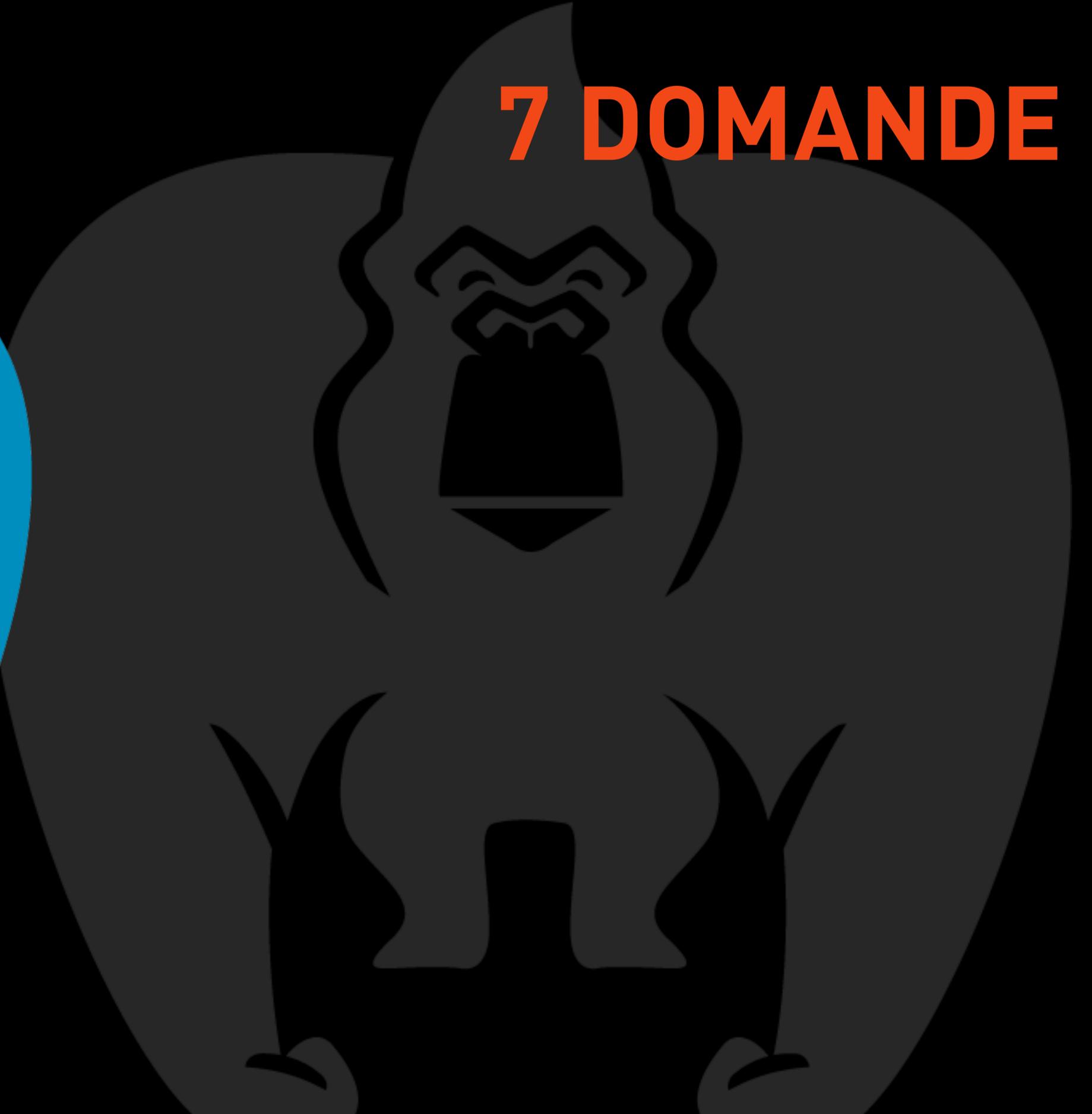
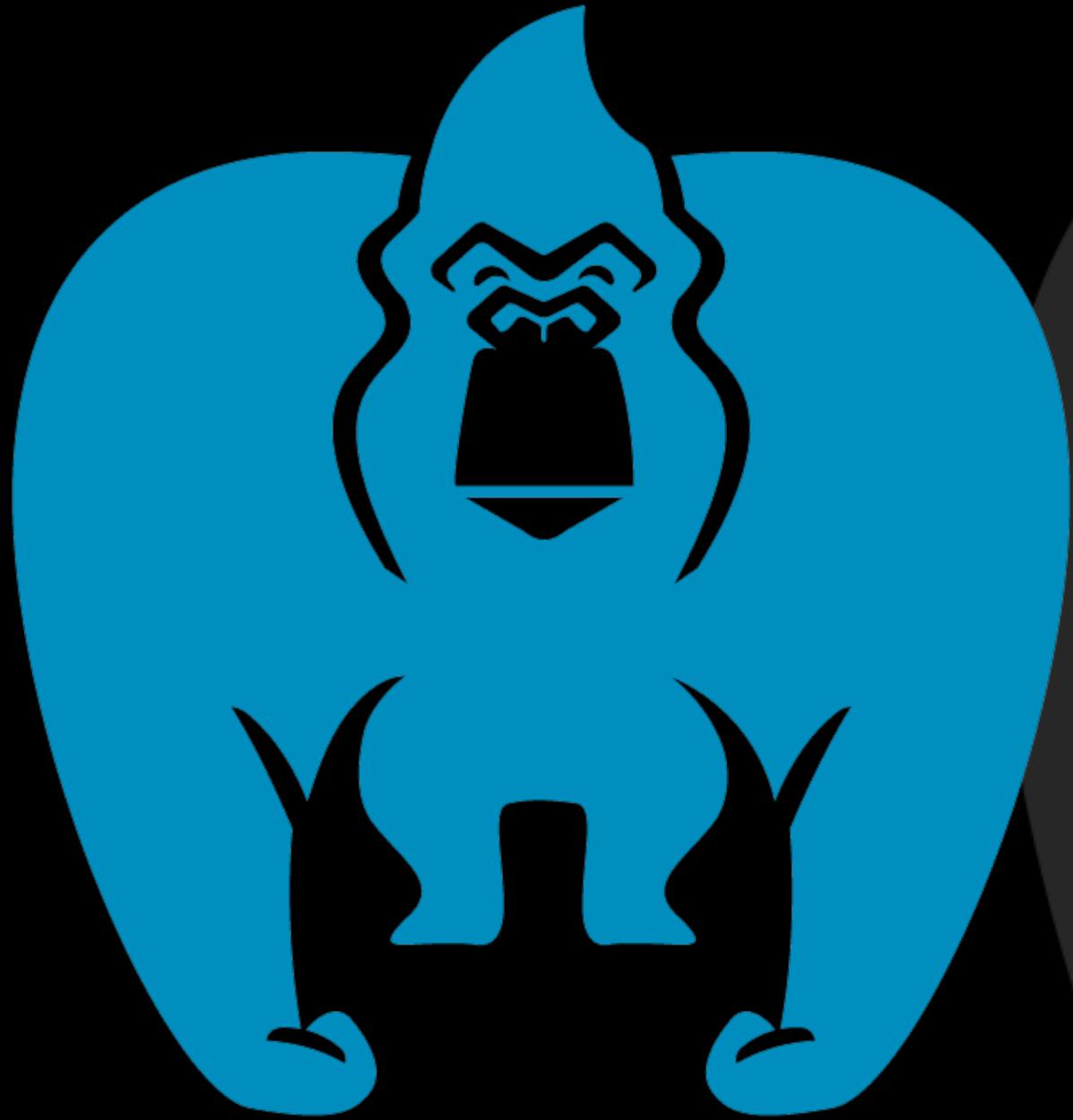


contenitore

STORYTELLING



# 7 DOMANDE



# 7 DOMANDE

1 Chi siete?



# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

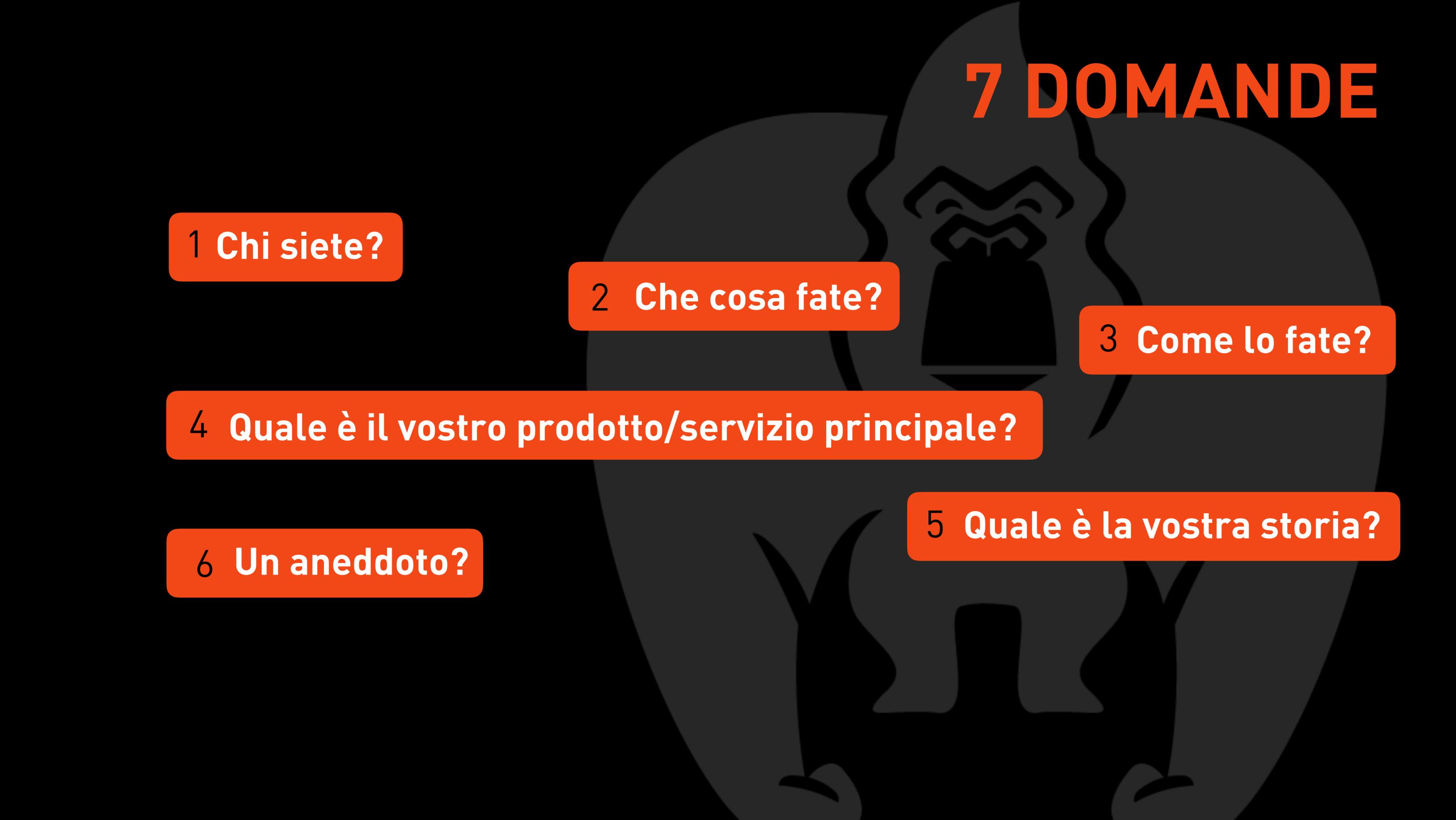
2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

# 7 DOMANDE



1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

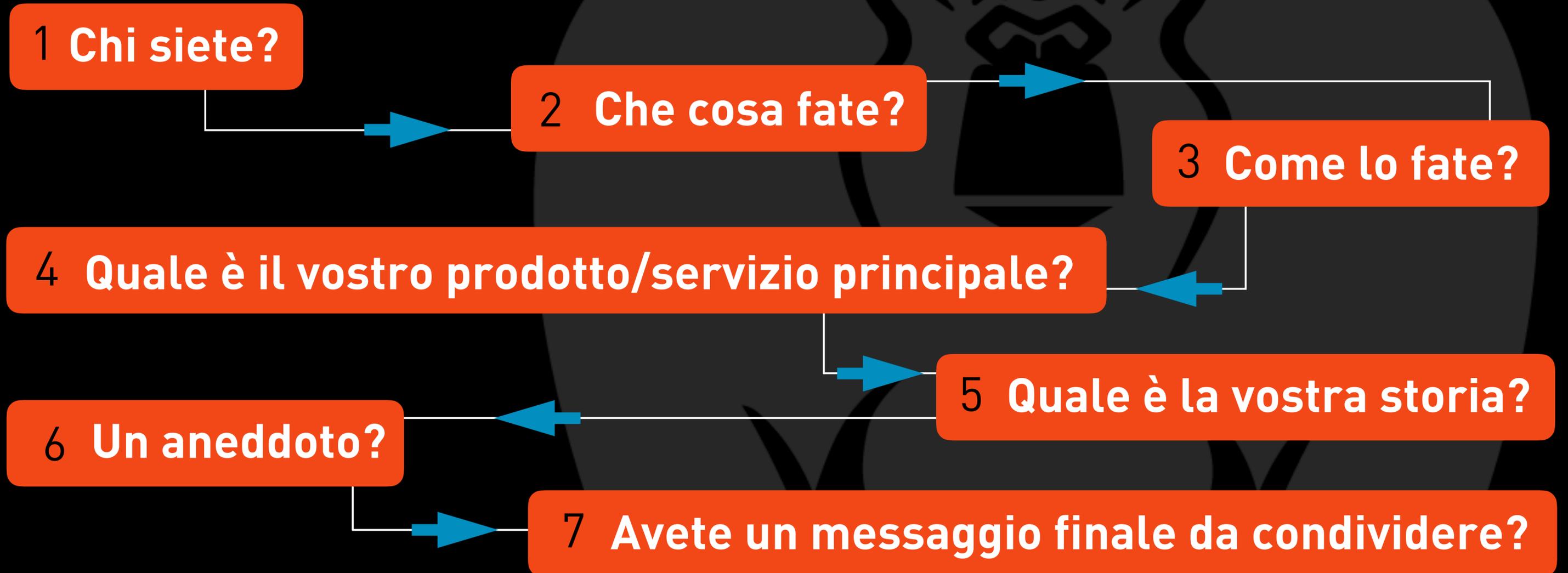
4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

7 Avete un messaggio finale da condividere?

# 7 DOMANDE



# 7 DOMANDE BELLE IMMAGINI

1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

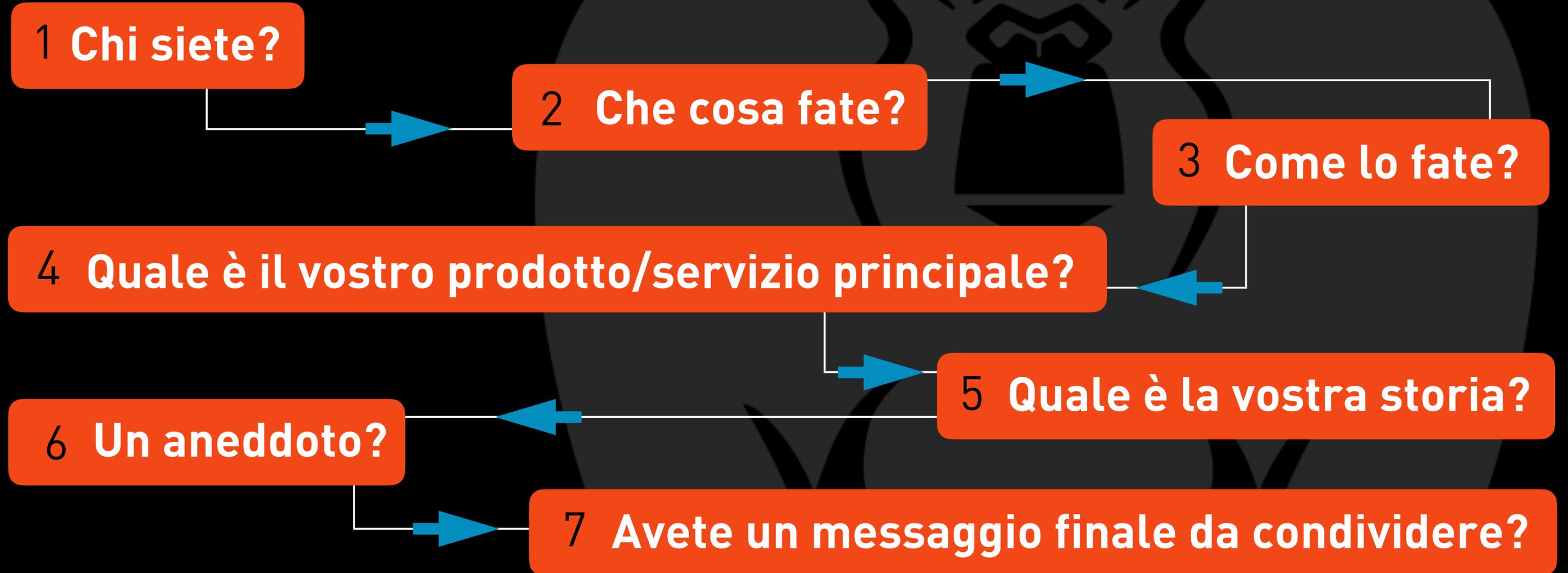
3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

7 Avete un messaggio finale da condividere?



# 7 DOMANDE BELLE IMMAGINI

**M  
O  
O  
D**

1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

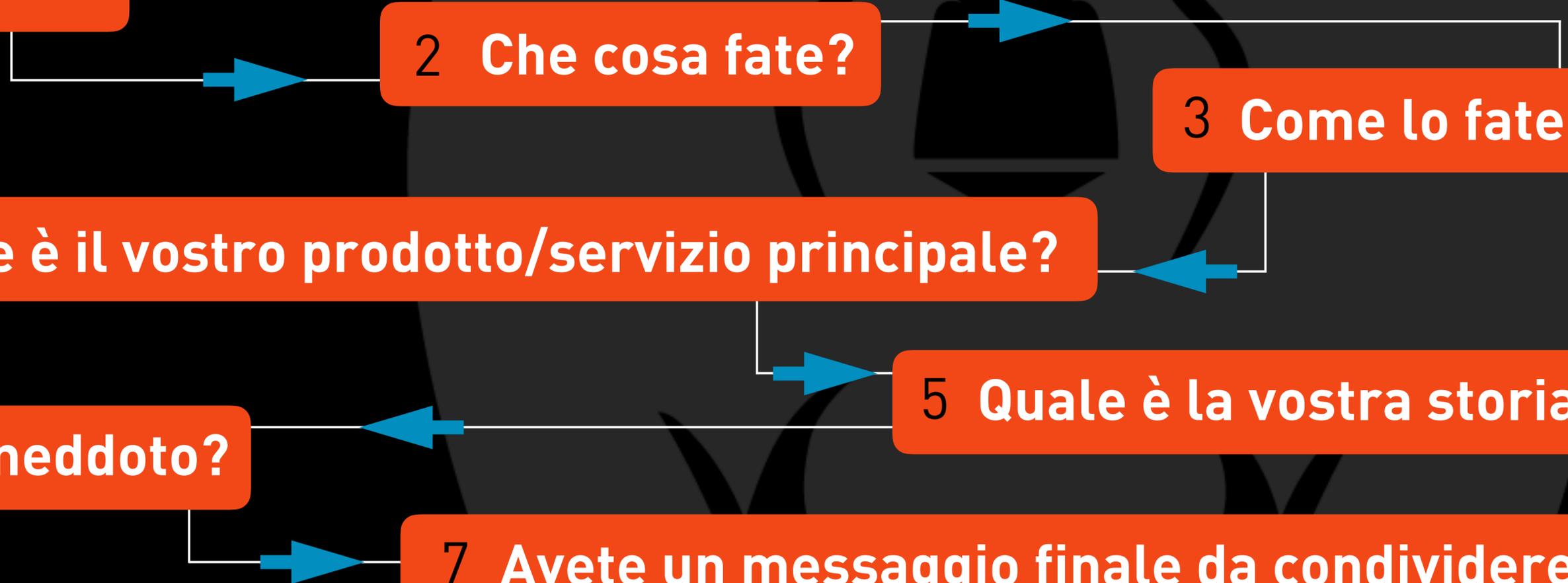
3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

7 Avete un messaggio finale da condividere?



# 7 DOMANDE BELLE IMMAGINI

LOGO INIZIALE

M  
O  
O  
D

1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

7 Avete un messaggio finale da condividere?

CONTATTI

# 7 DOMANDE BELLE IMMAGINI

LOGO INIZIALE

M  
O  
O  
D

1 Chi siete?

2 Che cosa fate?

3 Come lo fate?

4 Quale è il vostro prodotto/servizio principale?

5 Quale è la vostra storia?

6 Un aneddoto?

7 Avete un messaggio finale da condividere?

CONTATTI

MONTAGGIO CREATIVO





 [www.jobdv.it](http://www.jobdv.it)