

The logo consists of a black rectangular background. On this background, the words 'COMIC VIDEO' are written in a bold, sans-serif font. 'COMIC' is white and 'VIDEO' is green. Below this, the words 'VIDEO COMIC' are written in a similar font. 'VIDEO' is pink and 'COMIC' is light blue.

COMIC VIDEO
VIDEO COMIC

I° FESTIVAL INTERNAZIONALE
DEL CORTOMETRAGGIO COMICO
18 - 19 - 20 settembre 2014
Pavia

COMICVIDEO

è il primo e il solo Festival Internazionale dedicato al cortometraggio comico, pensato con l'obiettivo di catturare grandi fasce di utenti: giovani, anziani, famiglie, bambini, ecc.





In Italia ci sono decine e decine di **Festival** dedicati al “Corto”, ma **non** abbiamo un concorso affermato dedicato esclusivamente al **“corto comico”**.

E un festival del corto comico, a differenza di altri, più di nicchia, coinvolgerà sicuramente un **target più ampio** e trasversale ... praticamente tutta la popolazione!
Chi infatti non vorrebbe ridere?

Non si ride più come una volta

Le teche Rai ci ricordano che un tempo c'erano artisti veri, bravi, simpatici che sapevano far ridere senza fare nomi e cognomi, senza ricorrere a parolacce o volgarità da piazza. La vera risata, che coinvolgeva tutta la famiglia, semplice nella sua essenza ma ad altissimo impatto emotivo, fatta di piccole geniali gag e battute.

Da questo spirito, nasce **ComicVideo** il primo ed unico festival Internazionale del cortometraggio comico



Le sezioni del Festival

Short-Com
Virale
Gag
Candid Camera
Tema libero (Free)
Viral Marketing

Il Bando di iscrizione su
www.videocomic.it

SHORT-COM

Per short-com oggi si intende una situation-comedy (sit-com) di brevissima durata (max 5' circa). Più precisamente una brevissima storia, divertente, ironica, brillante, con un finale a effetto. Una short-com è un video con dialoghi, realizzato su sceneggiatura, con pochi mezzi, a volte una sola camera, una sola location, pochi attori. Si pensi a Camera Cafè, per ricordarne un solo esempio. Ma è anche uno sketch, ovvero una scenetta comica come quelle interpretate dai grandi Tognazzi, Vianello, Walter Chiari, con una ambientazione e una scenografia quasi sempre simbolica.



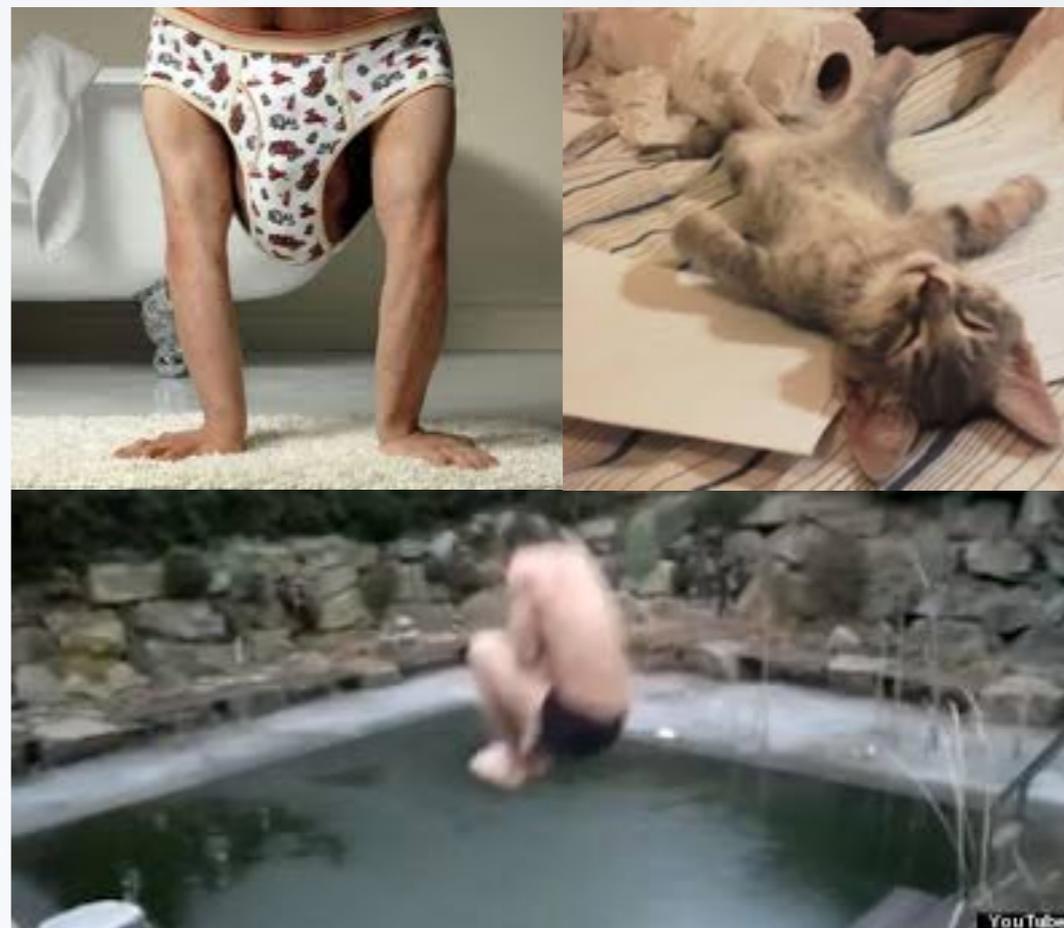
VIRALE

Un Virale è un video divertente che ha un grande successo su Internet.

Un Viral Video non infesta il nostro pc, cancellandoci l'hard disk, si diffonde nei computer del mondo intero tanto quanto più forte ed efficace è il suo linguaggio narrativo. Virale è certo una brutta parola, ma rende bene l'idea. Da un computer passa a due, poi a quattro, otto, sedici, trentadue, centinaia, migliaia, milioni di computer. E' dunque un video-virus inarrestabile che non porta con sé però niente di malefico. E' un video divertente, matto, assurdo, strampalato ma anche irresistibile, emozionante, coinvolgente, divertente.

E' un video fatto in casa da un giovane, da un gruppo di amici, è un video che se ne infischia della forma, punta tutto sul contenuto che deve essere robusto, che ti dà una emozione così forte che vuoi subito condividerla con un amico. E quel tuo amico, provando le stesse coinvolgenti emozioni ecco che immediatamente lo trasmette ad altri suoi amici che lo trasmettono ad altri amici ancora e così via fino a girare il mondo intero.

Il nostro Festival darà spazio e risonanza a quei video che risulteranno, a giudizio della prima selezione, frutto di creatività spontanea. Una sezione insomma dedicata al virale "vero", "autentico".



GAG

Questa sezione del Festival è dedicata agli slapstick ovvero a quelle scenette comiche che non hanno bisogno di parole e che si basano soprattutto sul linguaggio del corpo. Ci basti pensare a Buster Keaton o a Benny Hill, Mr. Bean o anche ai cartoni animati. Lo slapstick, anche se si è affermato negli Stati Uniti, fa parte proprio della nostra cultura perché deriva direttamente dalla Commedia dell'Arte Italiana. Ricordiamo che nei teatri dell'epoca lo slapstick era un bastone speciale che gli attori si sbattevano in testa per far ridere il pubblico senza farsi male.

Programmi come "Paperissima" forse senza volerlo hanno rilanciato il genere anche se le gag sono per lo più reali e non pensate a tavolino.

Oggi gli autori di gag più bravi al mondo sono in Inghilterra. Sarebbe davvero una bella operazione se il nostro Festival riuscisse a dare nuovi stimoli a un genere la cui comicità, forte, sana, pulita è nelle nostre corde creative.



CANDID CAMERA

E' certamente un genere molto divertente che non è mai potuto salire sul palco di un festival. Oggi questo è possibile perché chiunque di noi, anche senza essere un professionista, può registrare una candid camera. Cellulari, macchine fotografiche che registrano anche il video, telecamere di ridottissime dimensioni, oggi tutti possono diventare autori di candid camera. Basti pensare a quello che viene pubblicato dai giovanissimi su Facebook. Sarà interessante e sicuramente molto divertente stimolare la produzione di questi filmati che ci daranno sicuramente uno spaccato dell'Italia gustoso e originale.



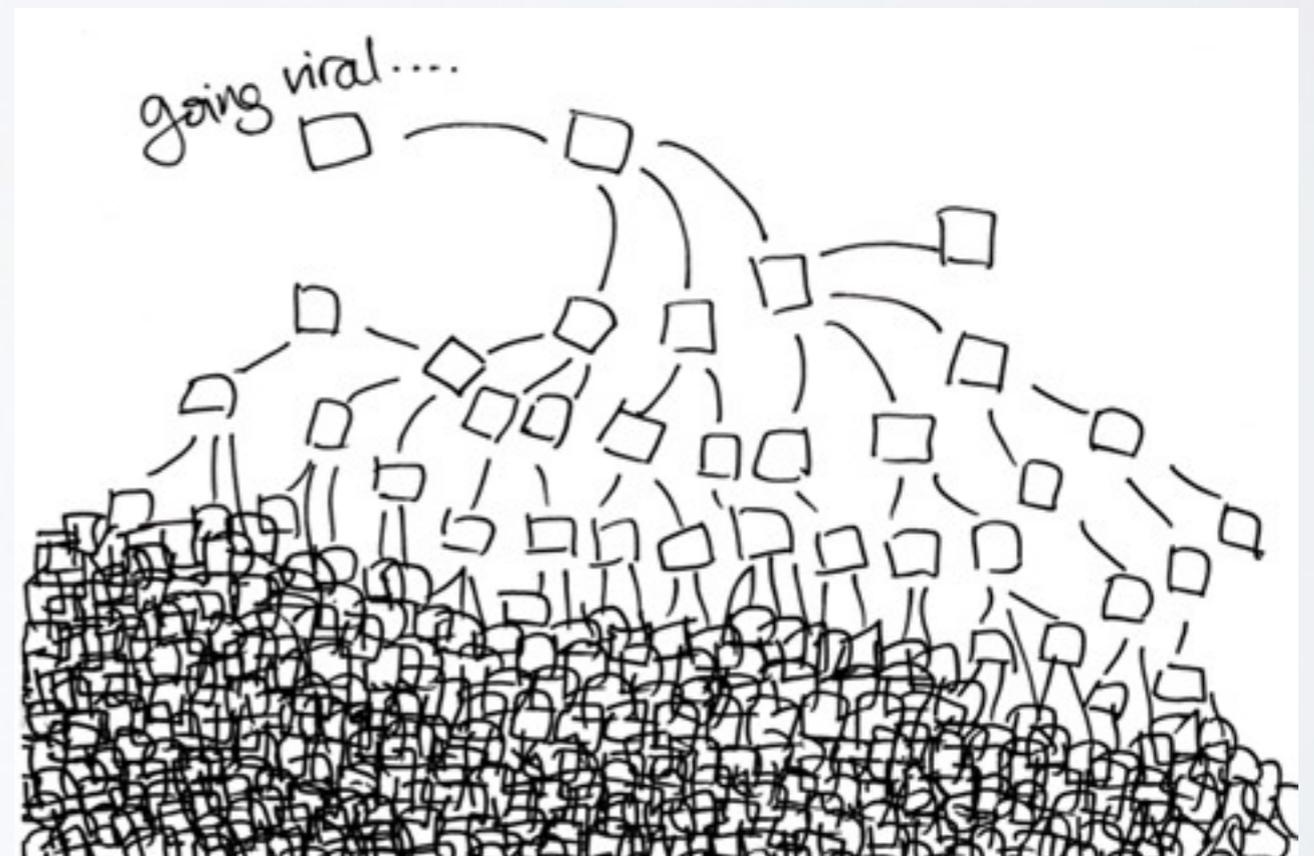
VIRAL MARKETING

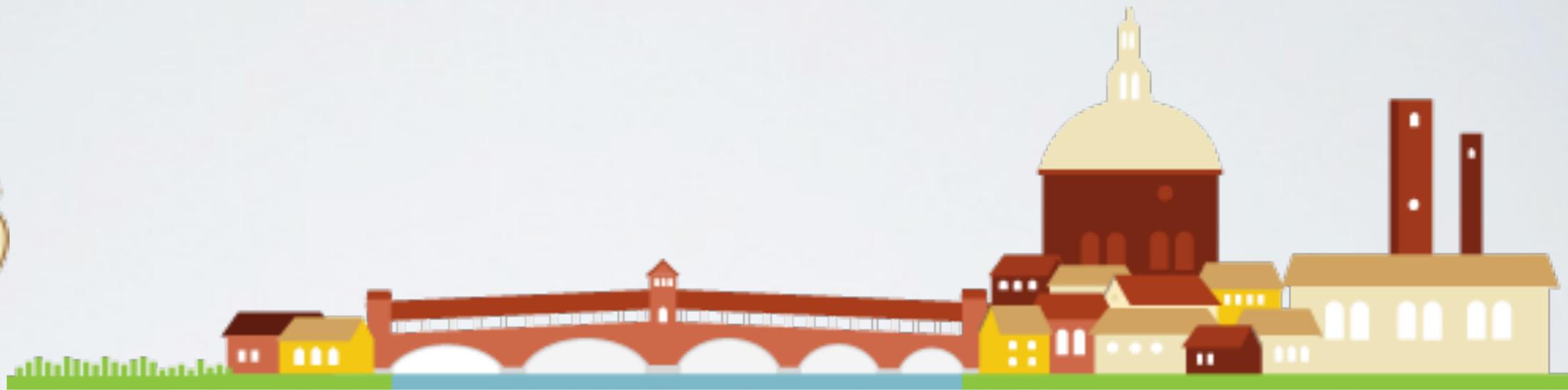
Un'altra grande novità del Festival sta nel fatto che, per la prima volta nella storia di eventi del genere, agli iscritti viene data la possibilità di guadagnare del denaro e di mettersi in contatto diretto con i grandi sponsor presenti sul mercato.

A ogni candidato - che ci ha già inviato un video per le diverse sezioni del Festival - viene infatti offerta anche la possibilità di girare un virale su un prodotto presente sul mercato.

Per lo sponsor, è una grande opportunità per entrare in contatto con dei Talenti che possono essere poi utilizzati per future campagne.

Naturalmente i corti realizzati dai nostri talenti resteranno nelle mani del brand per successive attività.





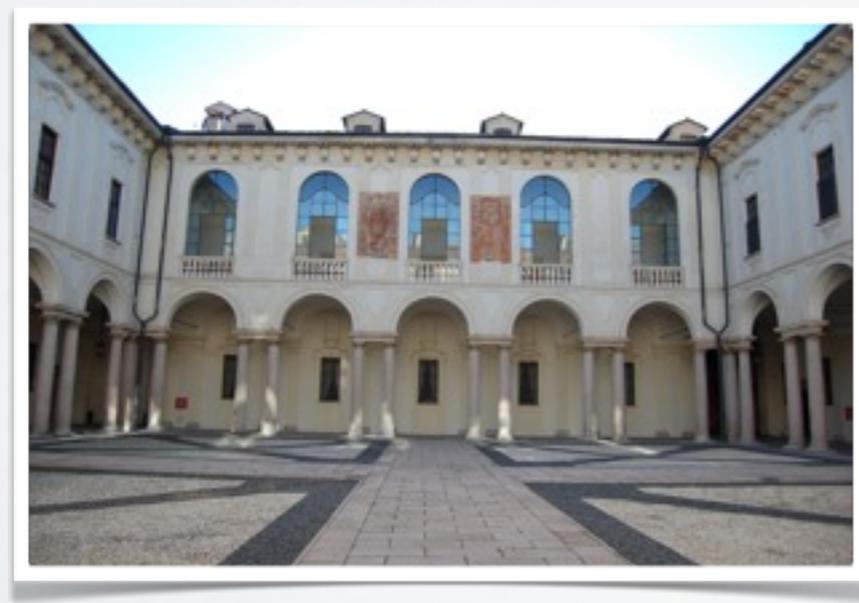
PAVIA

CITTÀ UNIVERSITARIA
CITTÀ DI GIOVANI
CITTÀ CHE SI STA APRENDO
AL MONDO

LE LOCATION



Teatro Fraschini



Collegio Ghislieri



Piazza della Vittoria

OPPORTUNITÀ PER GLI SPONSOR



Festival patrocinato dal **Comune di Pavia**
ed inserito nella programmazione degli eventi
Festa del Ticino e l'Autunno Pavese: 150.000
partecipanti
ed alcuni eventi culturali (es. Mostra di Monet settembre
2013-febbraio 2014) **75.000** partecipanti

Target trasversale

famiglie, giovani, anziani, single, coppie, bambini...



Risonanza mediatica

grazie alla presenza di volti noti della televisione e dello spettacolo



PERCHÉ INVESTIRE IN UNA SPONSORIZZAZIONE ?



L'affollamento nel mercato pubblicitario e l'omogenizzazione dei messaggi, porta gli utenti a ricordare maggiormente i brand legati ad esperienze o emozioni.

Aumento dei costi della pubblicità classica.



La risata fa audience.

Possibilità di usufruire del diritto di “esclusiva” dando il nome all’evento.

I VANTAGGI



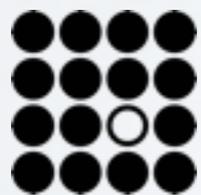
Genera gratitudine: il pubblico percepisce che l'Azienda sponsor ha permesso la realizzazione di un evento gradito sia a lui come individuo che alla collettività.



Valorizza il Brand: grazie ai valori positivi dell'evento.



Accresce la notorietà: grazie alla copertura di comunicazione e alla presenza di nomi dello spettacolo.



Distingue il brand: grazie ad una forma di comunicazione diversa, meno invasiva e soprattutto piacevole.

OPPORTUNITÀ

FORMULA SPONSORSHIP I

COMICVIDEO - BRAND

(Per tutta la durata del Festival)

Visibilità del proprio marchio partecipando ad un evento internazionale che avrà grande eco attraverso la stampa e i diversi media. Possibilità di essere presenti in tutta l'attività di comunicazione tradizionale pre-festival (stampa, radio, tv, internet).

Posizionamento del brand sul palco, nelle comunicazioni, nei flyer, sui poster affissi nella città, cartelle stampa e press-office.

OPPORTUNITÀ

FORMULA SPONSORSHIP 2

COMICVIDEO - VIRALI

Piazza della Vittoria

(19 Settembre 2014)

Oltre a quanto incluso nella sponsorship BRAND

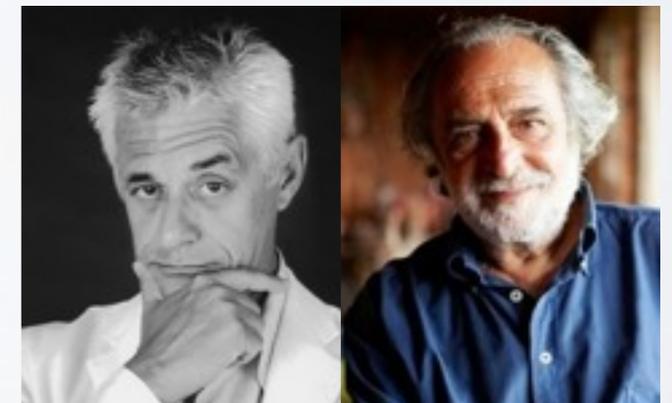
Sponsor interessato a alla produzione di video virali

Nella serata del **19 Settembre, in Piazza della Vittoria**, nel cuore della città di Pavia, verranno presentati e proiettati i più bei virali realizzati per gli sponsor di questa sezione.

Fra tutti i virali ricevuti e trasmessi allo sponsor per conoscenza, sarà la stessa Azienda sponsor a decidere quale presentare in piazza.

L'opera prescelta e tutte quelle realizzate da tutti i filmmaker verranno comunque cedute allo sponsor con le generalità di ogni autore.

Nella stessa serata, tutta all'insegna del divertimento, con ospiti e varie forme di intrattenimento, ci sarà anche una retrospettiva dedicata ai Gatti di Vicolo Miracoli, presenti sul palco, interpreti di un programma di Italia1 ("Tuttoperdenaro") che fu, in un certo senso, antesignano della comicità virale.



OPPORTUNITÀ

FORMULA SPONSORSHIP 3

COMICVIDEO - MAIN SPONSOR

SERATA FINALE - Teatro Fraschini

(20 Settembre 2014)

Oltre a quanto incluso nella sponsorship BRAND e VIRALI

L'Azienda (o le Aziende) sponsor, in questa serata, presenterà al pubblico la storia della propria comunicazione attraverso i propri spot pubblicitari.

Il Festival ospiterà un responsabile della stessa azienda che porrà l'accento sui vari passaggi del percorso, arricchendo il suo racconto con aneddoti riguardanti le riprese o il testimonial di questo o quel filmato.

L'evento, ripreso da televisioni locali e nazionali, con la partecipazione di ospiti e personaggi dello spettacolo, sarà incentrata sul tema della comicità e si concluderà con la premiazione dei cortometraggi vincenti.

Gli sponsor interessati a partecipare alla serata al Teatro Fraschini dovranno consegnarci gli spot del racconto con le eventuali note da trasmettere agli autori dello spettacolo.

IL PROGRAMMA*

Programma **COMICVIDEO**

Giovedì 18.9

Ore 12-13: Conferenza stampa e Inaugurazione Festival con aperitivo:

Ore 14-15: Proiezioni filmati CANDID CAMERA

Ore 15-16: Proiezioni filmati SHORT COM

Ore 16-17: Proiezioni filmati GAG

Ore 17-18: Proiezioni filmati VIRALI

Ore 18-19: Proiezioni filmati FREE

Ore 19-20: Proiezioni filmati SHORT COM

Ore 21-22: Proiezioni filmati GAG

Ore 22-23: Proiezioni filmati VIRALI

Ore 23-24: Proiezioni filmati FREE

Venerdì 19.9

Ore 10-11: Proiezione filmati FREE

Ore 11-13: Proiezione filmati sezione VIRALI

Ore 14-15: Proiezione filmati sezione SHORT COM

Ore 15-16: Proiezione filmati CANDID CAMERA

Ore 16-17: Proiezione filmati FREE

Ore 17-18: Proiezione filmati GAG

Ore 18-19: Proiezione filmati VIRAL MARKETING

Ore 19-21: Intrattenimento musicale "Aspettando il Festival"

Ore 21-23: Spettacolo in Piazza della Vittoria con film e ospiti, retrospettiva *COMEDY ON THE ROAD*"

Sabato 20.9

Ore 10-11: Tavola rotonda *MA CHE C'E' DA RIDERE?* (What's so funny about that?)

Ore 11-12: Proiezioni filmati CANDID CAMERA

Ore 12-13: Proiezione filmati SHORT COM

Ore 14-16: Proiezioni filmati VIRALI

Ore 16-17: Proiezione filmati GAG

Ore 17-19: Proiezione filmati FREE

Ore 21.00: Serata finale al teatro Fraschini con spettacolo e premiazione

* non definitivo

LA GIURIA

GIURIA

(nomi confermati con partecipazione gratuita):

Raul Cremona *(Presidente Giuria, showman),*

Franco Oppini *(attore),*

Nini Salerno, *(attore, sceneggiatore, regista),*

Maria Mussi Bollini *(vice direttore RAI Ragazzi, in attesa di conferma DG Rai),*

Giorgio Restelli *(Direttore Risorse artistiche Mediaset),*

Erica Arosio *(giornalista, critico cinematografico, scrittrice),*

Stefano Schirru *(direttore artistico Skepto International Film Festival),*

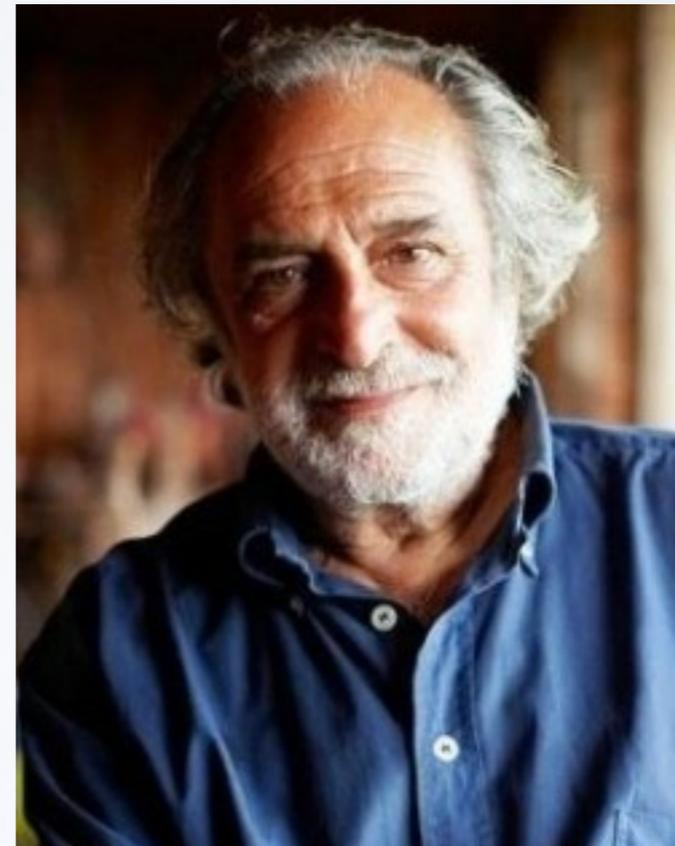
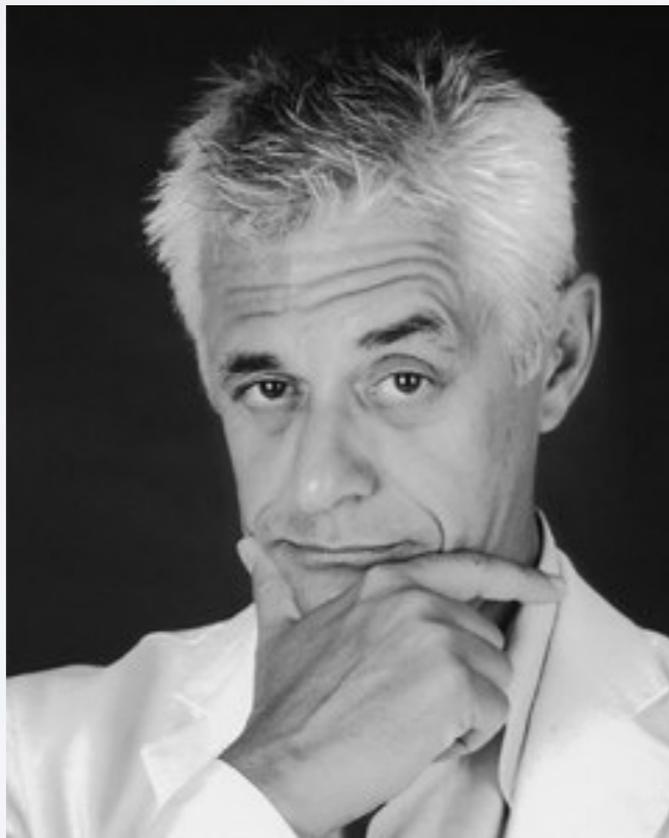
Marco Uberti *(regista, autore retrospettiva Festival "Comedy on the road")*

Marco Rognoni *(fotografo, filmmaker)*



RETROSPETTIVA

E' prevista una retrospettiva intitolata "Cabaret on the road"
con la partecipazione dal vivo di
Franco Oppini e Nini Salerno.



Direttore artistico



ALESSANDRO IPPOLITO:

Autore, regista e produttore televisivo con alle spalle più di trent'anni di lavoro in TV in Italia e all'estero (ha lavorato tra gli altri a programmi storici come Scherzi a parte, Stranamore e Telemike), è anche il direttore di una scuola di spettacolo.

www.videocomic.it

The icons included in this presentation are licensed under Creative Commons Attribution and must be attributed as:
Family by Jens Täarning from The Noun Project
Team by Shane Miller from The Noun Project
Independent by Griffin Mullins from The Noun Project
Hot by Dmitry Baranovskiy from The Noun Project
Handshake by deadtype from The Noun Project
Crowd by Shane Holley from The Noun Project
Money by Nicola Vendramin from The Noun Project
Hypnosis by Luis Prado from The Noun Project
Money by Lemon Liu from The Noun Project
Megaphone by Bram van Rijen from The Noun Project



Organizzazione flipfly, Milano