



A.A. 2002/2003

Università degli studi di Palermo

Facoltà di Scienze della Formazione

Corso di laurea in Tecnica pubblicitaria (Com.3)

**Insegnamento di Tecniche della Comunicazione Pubblicitaria ed Elementi di
Teoria e Tecniche del Linguaggio Radiotelevisivo
Proff. Galasso e Fidora**

Spot tv Pirelli P Zero

di
Mendola Sonia

Spot tv: Pirelli P Zero

Durata: 30''

Cliente: Pirelli s.p.a.
Copywriter: Sonia Mendola
Art director: Sonia Mendola
Account: Sonia Mendola

Obiettivi della campagna

- Lanciare il pneumatico P Zero nero sul mercato
- Fornire ai consumatori delle motivazioni valide all'acquisto del prodotto
- Differenziare P Zero nero dai concorrenti
- Attuare un'innovazione nella comunicazione pubblicitaria della Pirelli

Presentazione del prodotto

Fin dalla prima vittoria nel raid Pechino-Parigi del 1907, Pirelli ha saputo sviluppare dei pneumatici da competizione altamente tecnologici.

Nato per risolvere il problema dell'aquaplaning, P Zero è un pneumatico rivoluzionario ad altissimo contenuto tecnologico, prestazionale e qualitativo che rappresenta una costante dell'intera produzione Pirelli.

La caratteristica principale di questo prodotto è la sicurezza sul bagnato: nel super-ribassato Pirelli P Zero Rosso, anni di studi sui profili, sulle mescole, sui disegni battistrada hanno permesso di garantire al pneumatico la massima sicurezza contro l'aquaplaning.

Il modello P Zero Asimmetrico, oggetto della campagna, è caratterizzato da un disegno battistrada a tre fasce diverse che negli anni è diventato un riferimento per l'industria automobilistica: tasselli larghi sulla spalla esterna, striscia continua centrale, ampi incavi nella parte interna per aiutare il definitivo drenaggio dell'acqua.

Strategia creativa

Il concetto creativo da cui muove la campagna è il superiore controllo della strada di cui i pneumatici Pirelli sono garanti sia in termini di prestazioni e sportività, che di sicurezza e affidabilità. Lo spot mira alla valorizzazione delle inimitabili caratteristiche costruttive e funzionali del pneumatico P Zero, mettendo in luce il suo comportamento in situazioni in cui si presenta il fenomeno dell'aquaplaning.

Il disegno, la struttura, le geometrie e materiali di P Zero sono studiati in modo da offrire il migliore mix tra comportamento sportivo e comfort di marcia, e soprattutto per mantenerlo inalterato lungo tutto l'arco di vita della copertura. Lo spot mostra continuamente i dettagli costruttivi del pneumatico, esaltandoli con opportune inquadrature ed effetti di luce, per evidenziare agli occhi del consumatore le differenze con i prodotti concorrenti della stessa area competitiva.

Definizione del target group

Il target group, cui lo spot è rivolto, è costituito dal consumatore maschio dai 25 ai 45 anni d'età, che ama le auto sportive e il brivido della corsa, ma che contemporaneamente tiene alla propria sicurezza.

Dal punto di vista delle assiologie del consumo, lo spot è incentrato su una valorizzazione del prodotto di tipo pratico, esaltando le caratteristiche funzionali del pneumatico P Zero.

Durata dello spot e orario di trasmissione

Si tratta di uno spot di lunga durata: circa 30". È piuttosto veloce, sono previste circa 30 inquadrature in 30 secondi; comunica il senso di dinamismo, ma anche la sicurezza conferita dall'affidabilità dei pneumatici P Zero anche in situazioni difficili.

Sulla base del target group scelto, il genere di trasmissioni in cui lo spot dovrà essere inserito è sicuramente quello sportivo, come i programmi riguardanti la formula uno o le gare motociclistiche, oppure alla fine delle rubriche dei telegiornali dedicate ai motori. L'orario di trasmissione sarà dunque influenzato dalle tematiche dei programmi in onda.

Sceneggiatura

Piove, lo spot inizia con un campo lungo di una strada di montagna da cui sta per passare un'autovettura sportiva (Frame n.1). Subito dopo viene mostrata un'auto guidata da qualcuno che non è mai inquadrato, ma può soltanto essere immaginato dal fruitore dello spot, il quale potrà in tal modo identificarsi facilmente nel pilota.

P Zero ha prestazioni di altissimo livello. Lungo tutto lo spot, l'auto segue un percorso molto articolato, proprio per evidenziare in maniera figurativa le potenzialità del prodotto. Le inquadrature risaltano continuamente le prestazioni del pneumatico, quali: prontezza nella risposta, progressività, precisione nelle traiettorie, velocità di riallineamento, tenuta in curva.

Il punto di vista (che indica la posizione della macchina da presa) è piuttosto vario durante tutto lo spot. Il passaggio tra le inquadrature è sempre uno stacco netto, che crea una sorta di separazione tra un'inquadratura e l'altra all'interno del racconto e dà un ritmo vivace alla narrazione. Mentre con inquadratura dall'alto viene ripresa l'auto che continua il suo cammino per la strada (Frame n.3), con un rapido cambio di punto di vista che comporta un débrayage spaziale e attoriale, si osserva una mucca che si appresta ad attraversare la strada (Frame n.4).

L'auto prosegue la sua corsa senza preoccuparsi del tempo avverso, grazie al pneumatico P Zero che conferisce la massima sicurezza contro l'aquaplaning (Frame n.5). Nel frattempo la mucca si sposta verso il centro della carreggiata (Frame n.6). L'auto continua ad avanzare sotto la pioggia, passando su diverse pozzanghere, senza mai perdere il controllo della strada.

Subito dopo una curva abbastanza pericolosa (Frame n.7), si scorge sul percorso dell'auto un ostacolo a vicinanza ridotta: si tratta della mucca che osserva l'auto venirle incontro (Frame n.9).

A quel punto, il pilota si accorge improvvisamente della mucca ferma al centro della carreggiata. La macchina da presa, all'interno dell'auto, riprende i piedi dell'autista che sta per effettuare una brusca frenata (Frame n.9).

Le inquadrature successive riprendono con attenzione la frenata dell'auto valorizzando il comportamento dei pneumatici. Per effetto della frenata improvvisa, l'auto ribalta scavalcando la mucca (Frame n.10-11) e si distrugge fuori campo con un forte impatto sul terreno (Frame n.12), mentre paradossalmente le quattro ruote rimangono fisse all'asfalto (Frame n.19).

Contemporaneamente all'inquadratura delle ruote rimaste nel punto di frenata, una voce fuori campo, maschile e dal tono deciso, enuncia lo slogan: «Pirelli P Zero si incolla al terreno».

La scena scompare per dissolvenza subito dopo un rombo di tuono e si visualizza sullo schermo il dettaglio frontale di una ruota su sfondo bianco, che risalta la presenza del pneumatico P Zero. Lo spot termina con la comparsa del logo Pirelli e del brand claim «La potenza è nulla senza il controllo», che si posiziona alla base della ruota (Frame n.20).

Descrizione del commento sonoro

Essendo girato in una giornata di temporale, durante tutto lo spot l'audio è composto dai rumori ambientali caratteristici della situazione: picchietto della pioggia, tuoni, vento.

A questi sono associati i rumori tipici dell'automobile in corsa (motore che sale di giri, sgommate, frenate, schizzi delle pozzanghere). Ovviamente in base al punto di vista della camera si sentirà il rombo del motore dell'auto a maggiore o minore vicinanza.

In questo spot non è previsto un jingle, in modo da rendere le scene altamente credibili, permettere allo spettatore di immergersi con i sensi all'interno della storia e di sentirsi egli stesso alla guida dell'auto.

Ambientazione

Lo spot è ambientato in uno scenario simile alle Twin Mountain in California, presente nella campagna 2000-2001. Così facendo, il percorso variamente articolato ed altamente suggestivo permette di provare le caratteristiche funzionali di P zero, ponendo agli occhi del telespettatore lo straordinario controllo stradale e la capacità di aderenza al terreno del pneumatico.

Per valorizzare la caratteristica principale di Pirelli P Zero, ovvero la sicurezza sul bagnato, lo spot viene girato in una giornata di pioggia.

Realizzazione

La realizzazione dello spot deve essere effettuata con gli opportuni programmi di computer grafica già utilizzati nelle campagne precedenti, i quali permettono di ottenere immagini brillanti che valorizzano il prodotto in ogni singolo dettaglio.

Data la paradossalità e l'irrealismo della scena clou dello spot (ribaltamento dell'auto sulla mucca) i mezzi informatici risultano sicuramente i più adeguati alla realizzazione dello spot.

Il claim

Al termine dello spot, durante l'inquadratura delle ruote rimaste fisse all'asfalto, lo speaker fuori campo enuncia il claim ideato per il prodotto: «Pirelli P Zero si incolla al terreno».

Le assonanze presenti nel claim permettono una maggiore incisività del messaggio e ne facilitano la rimembranza.

Questo slogan naturalmente non sostituisce il brand claim Pirelli «La potenza è nulla senza controllo», semmai va a rafforzare il suo significato e permette di evidenziare agli occhi del consumatore la promessa commerciale che Pirelli effettua con lo spot: ovvero l'affidabilità e le straordinarie proprietà di P Zero sul controllo stradale.

Innovazione della comunicazione pubblicitaria Pirelli

Pirelli P Zero è stato creato per garantire all'automobilista la sicurezza di un controllo assoluto della strada in qualunque situazione di marcia, anche nelle condizioni più critiche.

Questo spot presenta con un leggero umorismo, proprio una situazione in cui si evidenzia l'affidabilità dei copertoni P Zero. Fino all'incontro con la mucca lo spettatore è indotto a credere che lo spot sia simile ai precedenti, ma rimane stupito sul finire.

Le aspettative vengono trasgredite proprio nel momento in cui l'auto effettua la frenata salvando la mucca da una tragica fine. A quel punto, infatti, ecco che la totalità dell'automobile per inerzia si ribalta scansando la mucca, ma lasciando fisse al terreno le quattro ruote, mentre la voce fuori campo proclama che «Pirelli P Zero si incolla al terreno».

La scena sanziona positivamente la performance del prodotto, esaltando lo straordinario controllo della strada possibile grazie a P Zero.

L'obiettivo della pubblicità è motivare il comportamento del consumatore al fine di vendere un prodotto. Un tocco di gradevole umorismo può migliorare l'accettabilità e l'efficacia di un messaggio.

Pubblicitari illustri, come Séguéla, sostengono quanto sia importante che la pubblicità faccia spettacolo, la persona deve assistere ad uno spettacolo se vogliamo che il messaggio passi dalla sfera mentale a quella affettiva e inconscia.

Fino ad oggi Pirelli ha investito in una comunicazione basata sullo spettacolo, su immagini altamente suggestive realizzate in computer grafica e l'utilizzo di testimonial di elevata notorietà come Ronaldo. Eppure nessuno spot della campagne precedenti ha mai utilizzato lo humour come strategia pubblicitaria, che con questo spot diviene una componente innovativa della comunicazione pubblicitaria Pirelli.

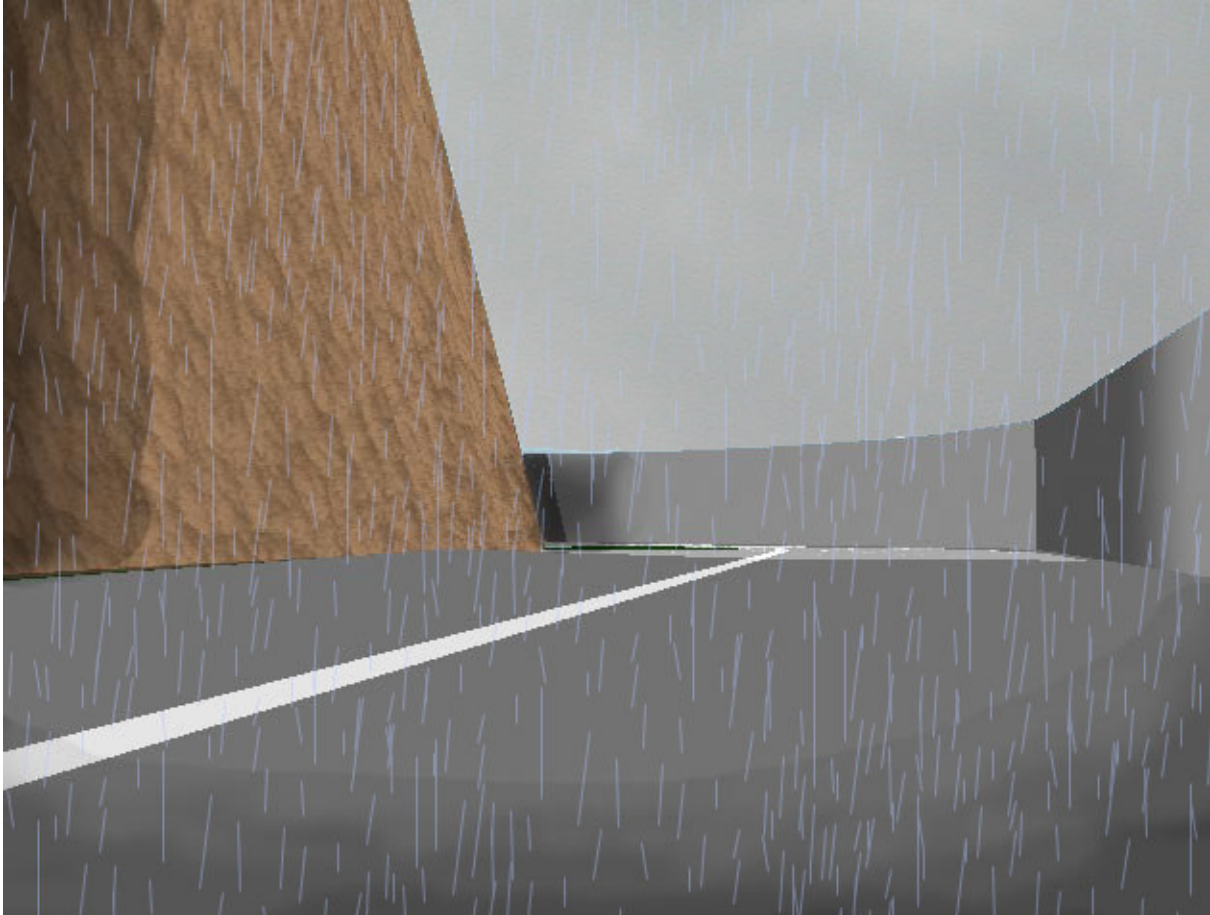
Il sorriso è l'arma vincente della pubblicità odierna, il nuovo trend della pubblicità è proprio quello di fare ridere (ricordiamo per es. lo spot Fiat Palio in cui un ciclista che ad ogni semaforo si poggia sulla Palio che alla fine lo fa cadere innestando la retromarcia; gli spot Yomo che sfruttano le gag del trio Aldo, Giovanni e Giacomo; gli spot Lavazza con Bonolis e Laurenti in Paradiso, ecc.).

L'umorismo immediato, come quello di questo spot appare ottimale per i tempi assillanti della pubblicità moderna. L'insolito, lo spettacolare, l'imprevisto che lo caratterizzano, risultano ideali per un messaggio pubblicitario di 30 secondi, poiché rompendo le aspettative e divertendo in maniera semplice e diretta, permettono al consumatore di memorizzare più facilmente lo spot e lo predispongono positivamente verso il prodotto reclamizzato.

In definitiva, ogni dettaglio dello spot risulta congeniato per rispettare alla perfezione gli obiettivi prefissati.

Nota. Si allega alla presente lo [storyboard](#) dello spot.

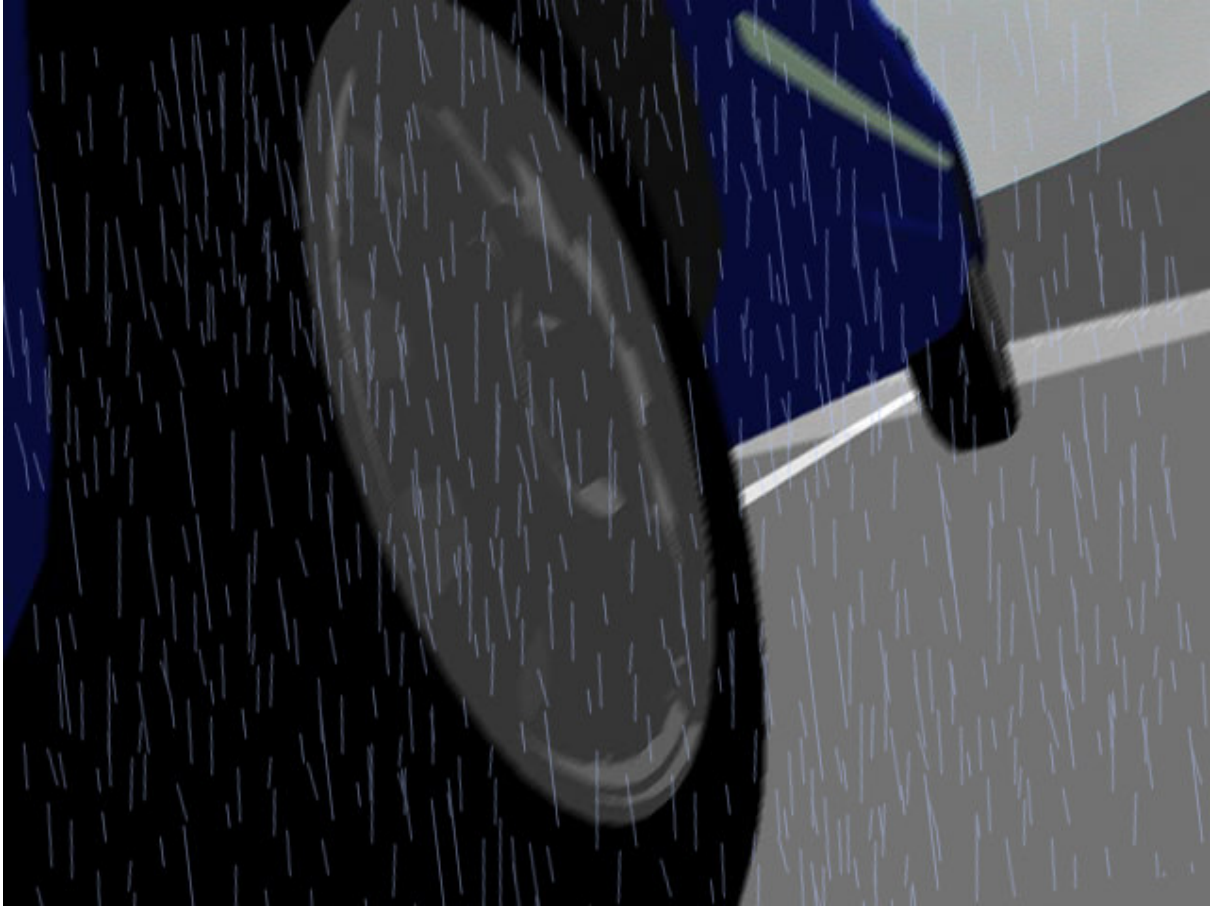
Storyboard



FRAME N.1

Descrizione: Piove, campo lungo di una strada di montagna da cui sta per passare un autovettura sportiva.

Audio: Rumore della pioggia che cade e suoni ambientali caratteristici del temporale. Cresce il rombo del motore di un'auto che si avvicina.



FRAME N.2

Descrizione: Dettaglio laterale della ruota dell'automobile, che valorizza le caratteristiche del pneumatico P Zero (tasselli larghi sulla spalla esterna, striscia continua centrale, ampi incavi nella parte interna per aiutare il definitivo drenaggio dell'acqua).

Audio: Continua suono della pioggia, si sente un tuono e il rombo del motore accompagna la corsa dell'auto.



FRAME N.3

Descrizione: Inquadratura dall'alto dell'auto che prosegue il tragitto sotto la pioggia, passando su diverse pozzanghere senza perdere il controllo della strada.

Audio: Continua la pioggia e si sente il suono dell'acqua delle pozzanghere, che schizza al passaggio dell'auto.



FRAME N.4

Descrizione: Ripresa laterale di una mucca che si appresta ad attraversare la strada.

Audio: Continua il rumore della pioggia e il rombo del motore dell'auto è assente.



FRAME N.5

Descrizione: Ripresa frontale dell'auto che corre senza preoccuparsi del tempo avverso, grazie al pneumatico P Zero che conferisce la massima sicurezza contro l'aquaplaning.

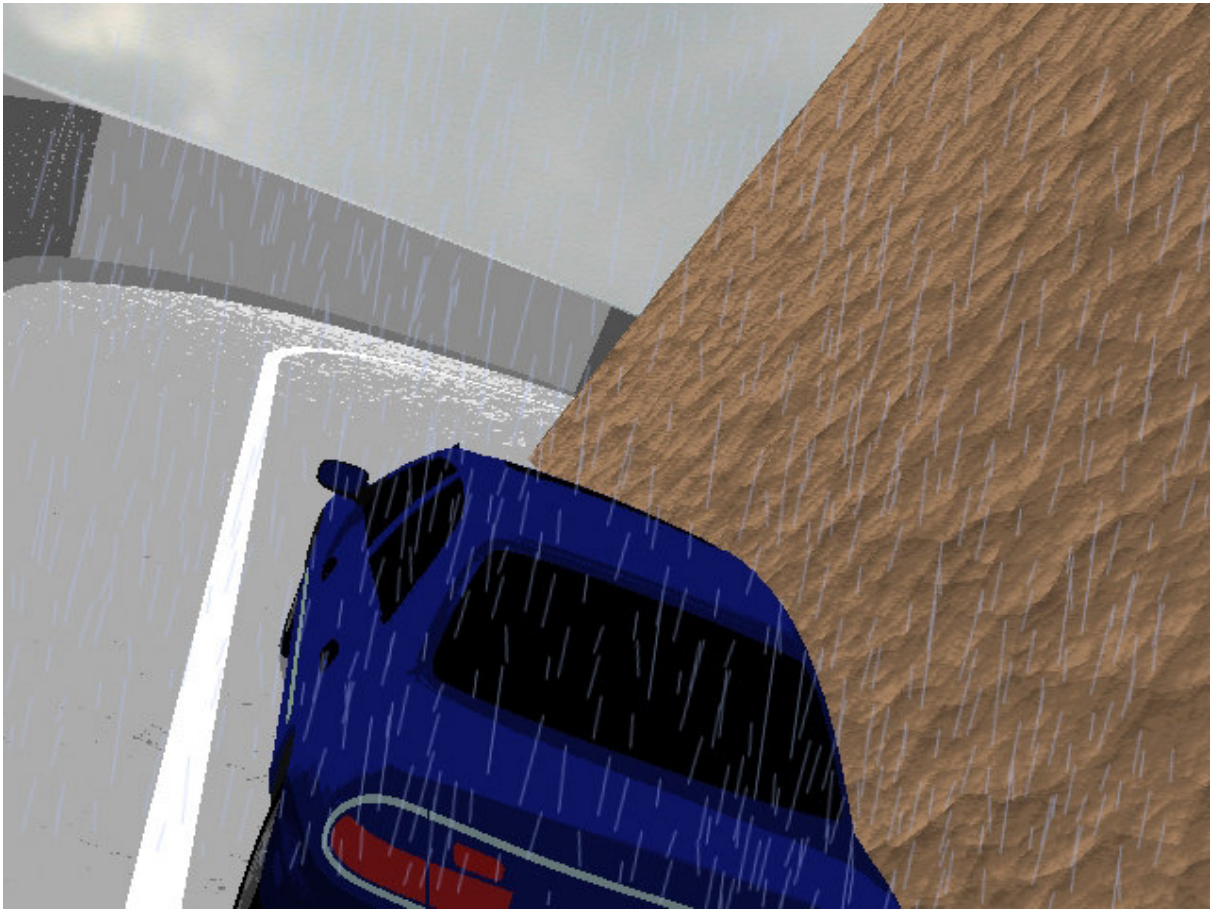
Audio: Continua la pioggia, compare il suono del motore dell'auto e dell'acqua delle pozzanghere che schizza al suo passaggio.



FRAME N.6

Descrizione: Inquadratura dall'alto della mucca che si ferma al centro della carreggiata.

Audio: Continua il picchietto della pioggia, si sente in lontananza il rombo del motore dell'auto che va crescendo.



FRAME N.7

Descrizione: Inquadratura posteriore dell'auto che ad alta velocità è in procinto di una curva.

Audio: Continua il picchietto della pioggia, si sente il rumore del motore che scende di giri e delle ruote sull'asfalto al momento della curva.



FRAME N.8

Descrizione: Inquadratura posteriore della mucca che, immobile al centro della carreggiata, osserva l'auto venirle in contro ad alta velocità dopo aver effettuato la curva.

Audio: Continua il picchietto della pioggia e cresce il rumore del motore dell'auto.



FRAME N.9

Descrizione: La macchina da presa, all'interno dell'auto, riprende i piedi dell'autista che sta per effettuare una brusca frenata.

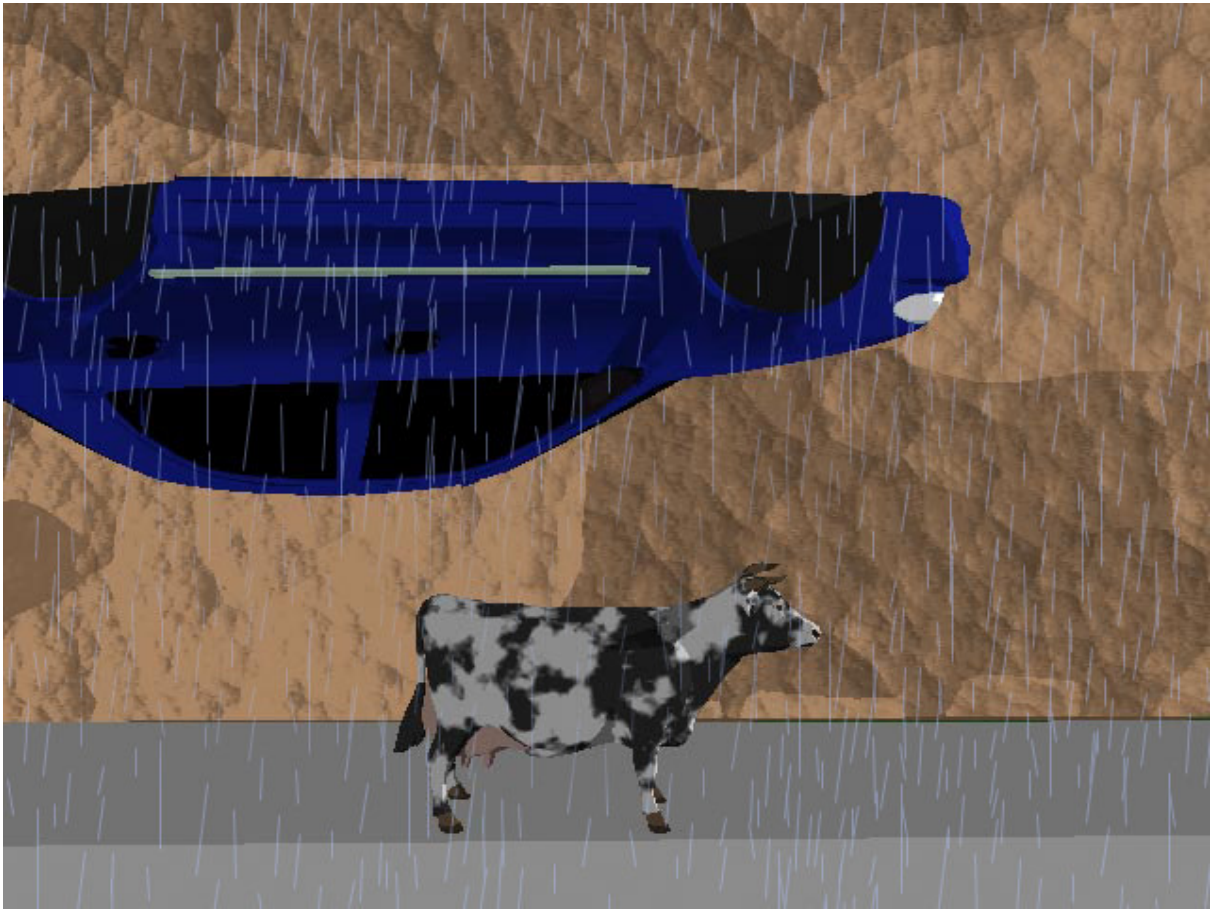
Audio: Continua il rumore della pioggia, si sente all'improvviso il muggito della mucca impaurita, il rumore dei freni e delle ruote che strisciano sull'asfalto per la frenata.



FRAME N.10

Descrizione: Inquadratura laterale, l'auto comincia a ribaltarsi a causa della frenata lasciando le ruote posteriori all'asfalto.

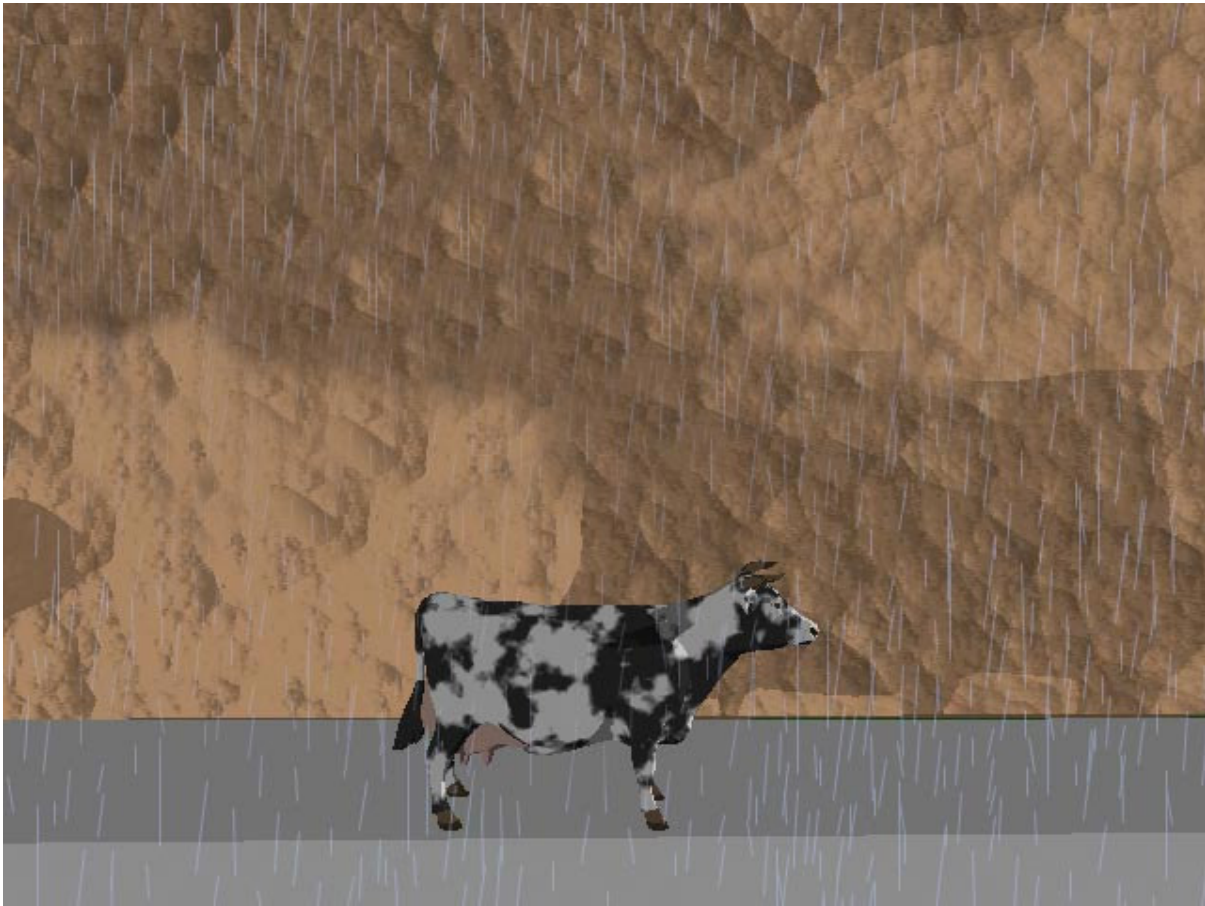
Audio: Continua il rumore della pioggia e si percepisce lo spostamento d'aria dovuto al ribaltamento.



FRAME N.11

Descrizione: Inquadratura dell'auto mentre si ribalta superando la mucca senza sfiorarla.

Audio: Continua il rumore della pioggia e dello spostamento d'aria.



FRAME N.12

Descrizione: Inquadratura laterale della mucca rimasta intatta e ferma nella stessa posizione antecedente alla frenata.

Audio: Crash fuoricampo dell'auto, continua il rumore della pioggia.



FRAME N.13

Descrizione: Inquadratura delle quattro ruote rimaste aderenti alla strada. La scena scompare per dissolvenza.

Audio: Una voce fuori campo dice: "Pirelli P Zero si incolla al terreno". Improvviso rombo di un tuono che precede la dissolvenza dell'immagine.

PIRELLI



La potenza è nulla senza controllo

FRAME N.14

Descrizione: Dettaglio frontale di una ruota su sfondo bianco, che risalta la presenza del pneumatico P Zero, comparsa del logo Pirelli e dello slogan: "La potenza è nulla senza controllo".

Audio: Voce fuori campo dice: "Pirelli. La potenza è nulla senza controllo".