

Bertini Francesca, Khachfi Badr, Filipozzi Emanuele, Pelizzoni Lorenzo

AUDI BRAND LISTEN CAMPAIGN

LA RETORICA NELLA PUBBLICITÀ



*Solo **ascoltando** possiamo creare. Possiamo definire i nostri obiettivi”*

“Il futuro è pieno di domande.

Noi ascoltiamo, per poter trovare oggi le risposte migliori.

Noi ascoltiamo le novità, le tendenze di mercato, per poter identificare i bisogni e trovare le soluzioni.

Adesso, ci aspetta un futuro davvero avvincente”

PREMESSA

- Il lavoro che abbiamo svolto riguarda una campagna pubblicitaria "corporate", ossia relativa all'intera azienda automobilistica Audi e non ad un suo specifico prodotto o servizio.

La campagna presa in esame a nostro giudizio comunica in maniera molto chiara l'intenzione di Audi di intraprendere una "relazione" forte e duratura con il proprio pubblico, specialmente con i propri clienti attuali o potenziali.


Una relazione che si basa anzitutto sulla la capacità di saper **ascoltare** i loro bisogni le aspettative, esigenze.

L'orientamento all' ASCOLTO è considerato da Audi il fattore chiave per conseguire il successo sul mercato, fino al punto di essere considerato l'anima della propria Marca.



HTTPS://YOUTU.BE/STE_5PVIYAG

https://www.youtube.com/watch?v=STe_5PViYAg

The image is a collage with a central text overlay. The background is a mix of blue and dark tones. On the left, there's a grid of nine close-up images of lips, some with blue lipstick and some with white lipstick. On the right, there are two large, close-up images of human ears, one from a man and one from a woman. The text is centered and reads: "Nello spot appare poche volte il prodotto pubblicizzato, l'automobile, che lascia spazio a numerose immagini che rimandano visivamente all'ascolto".

Nello spot appare poche volte il prodotto pubblicizzato, l'automobile, che lascia spazio a numerose immagini che rimandano visivamente all'ascolto

RIPETIZIONE ED ENUMERAZIONE

*“Ascoltare è un arte
Ascoltiamo i figli, i genitori, gli insegnanti, i compagni,
Ascoltiamo il ritmo del nostro cuore,
Ascoltiamo l’istinto per trovare il coraggio di buttarci...”*

Le parole “ascoltare” o “ascoltiamo” si ripetono lungo tutto lo spot, per sottolineare l’importanza che viene attribuita all’ascolto.

Vengono sfruttati diversi tipi di enumerazione, quali l’anafora (ripetizione di uno o più termini a inizio frase), e l’accumulazione (serie di termini accostati in modo più o meno ordinato).

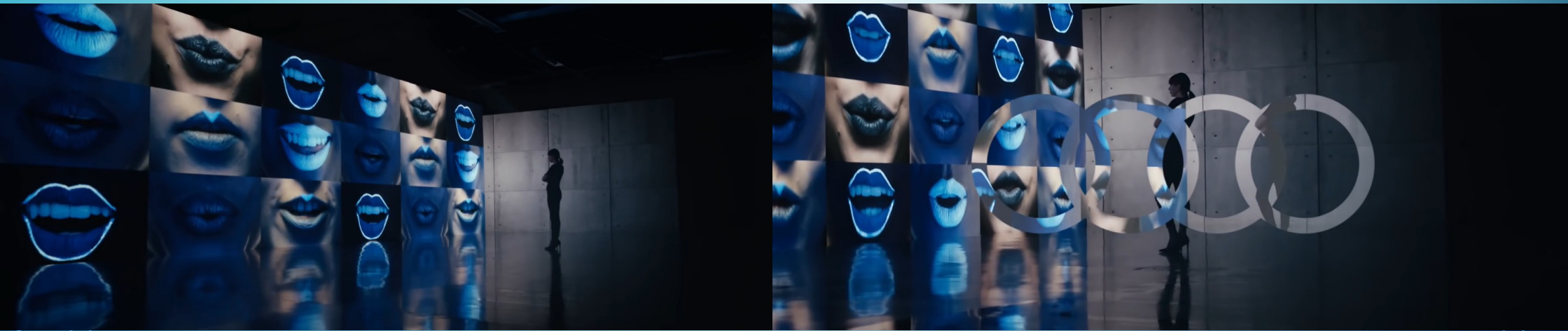
IPERBOLE

*“Sentire non basta, noi ascoltiamo
Perché ascoltare apre la nostra mente
Ci permette di raggiungere traguardi inaspettati
Ci spinge a non accontentarci mai
E ad andare sempre oltre
Ascoltare richiede impegno e dedizione, ma regala grandi
risultati...”*

La descrizione della realtà viene esagerata con lo scopo di dare maggior credibilità al messaggio attraverso degli eccessi che imprimono nel destinatario i grandi risultati a cui può portare l'ascolto

METAFORA

La pubblicità si apre con il fermo immagine di una donna che ascolta; la stessa donna la ritroviamo al termine dello spot, quando sopra di essa appare il simbolo dell'Audi



La donna in ascolto si rivela come la metafora del marchio Audi

CLASSICISMO

“Ascoltare è l’inizio di tutto, e non è solo qualcosa che abbiamo dentro, è il nostro nome”

Audi

[latino: audi = ascolta]