



UdA

N
I
T
À

i

P
P
R
E
N
D
I
M
E
N
T
O

Membri del progetto:
Fiorentini Sofia
Incoronato Gabriele
Marangoni Edoardo
Pagliari Paolo

Analisi e valutazione critica delle tecniche retoriche usate nella pubblicità de Alfa Romeo Stelvio







Analisi della pubblicità



Ripetizione del suono della S con
richiamo al nome della macchina

Caro **S**olito **S**uv,
tu **S**ei **S**olo tecnica,
io prima di tutto **S**ono performan**C**e

Climax ascendente dei terreni percorsi dall'automobile



Confronto con gli altri Suv con affermazione di superiorità

Altri Suv

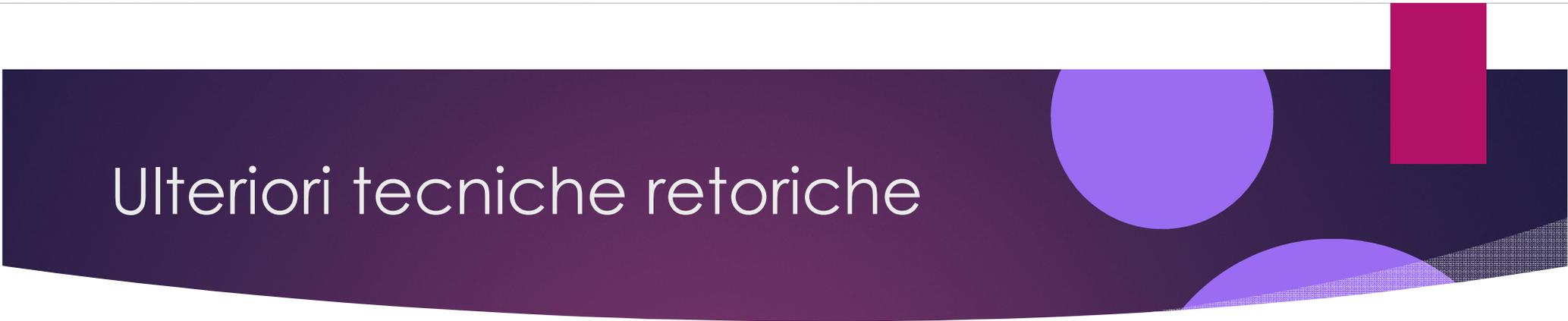
Tu sei solo...

- Tecnica
- Esaltazione della ragione
- Meta affollata
- Monotonia

Alfa Romeo Stelvio

Io prima di tutto...

- Performance
- Equilibrio tra meccanica ed emozione
- Il viaggio
- Alfa Romeo



Ulteriori tecniche retoriche

- Alfa: classicismo
- Stelvio: rimando al monte e quindi alla sua forza e robustezza
- Voce accattivante e provocatoria della voce della donna presentatrice
- Slogan “la meccanica delle emozioni”