

AUTOMOTIVE

BRANDED CONTENT

A cura di DARIO NUZZO

Il Format d'esperienza

BRENT è un nuovo format di branded content per il largo consumo che declina i generi televisivi in format d'infotainment in un'ottica crossmediale. Per il settore **AUTOMOTIVE** ha lo scopo di unire la dimensione esperienziale dell'auto e dell'identità di marca all'educazione di buone pratiche (sicurezza stradale, transazione tecnologica ed ecologica, ...)

Dario Nuzzo

● BRENT



Perché farlo ora?



UNO SCENARIO DI TRANSIZIONE

Nel corso degli ultimi anni il settore **AUTOMOTIVE** sta vivendo una **fase di profonda trasformazione**. Da un punto di vista normativo ci sono **regole** sempre più stringenti sulle **emissioni inquinanti**, dal punto di vista tecnologico il progressivo abbandono dell'endotermico e **passaggio all'elettrificazione** ha messo in campo nuove sfide sia per i produttori che per i consumatori.

I DATI SUL CONSUMATORE

I consumatori sembrano essere pronti alla transizione tecnologica: **in Europa nel 2022 i veicoli elettrici venduti registrano un incremento di 1,56 milioni di unità (BEV)**. In Italia il mercato dell'auto vale il 10% del PIL. Sebbene nel 2022 sia in ripresa perdendo un contenuto 9,7% sul 2021, si assiste comunque ad un **incremento del 5% sull'acquisto di auto ibride**.

FONTE: Unrae ([LINK](#))

Perché parlarne ora?



UN MOMENTO TOPICO PER IL SETTORE AUTOMOTIVE

Il settore AUTOMOTIVE sta vivendo una fase di profondi cambiamenti che hanno interessato tutto l'indotto, provocando sfide a cui è stato necessario far fronte rapidamente:

- CRISI DEI SEMICONDUTTORI
- RINCARI MATERIE PRIME E COSTI ENERGIA
- CARENZA RICAMBI
- DECARBONIZZAZIONE PROGRESSIVA FILIERA DEI TRASPORTI
- STOP VENDITA MOTORI TERMICI DAL 2035

25-40%

Entro il 2035

SCENARIO EUROPA



Attualmente in Europa meno dell'1% acquista direttamente online anche se potrebbe arrivare al 6-8% entro il 2025 e toccare il 25-40% entro il 2035. (Fonte: Bgc)

Come favorire l'esperienza digitale per il 40% degli Italiani?

Secondo uno sondaggio ARETE 2022 oltre il 90% degli italiani preferisce acquistare l'auto in concessionaria. Tre i principali limiti dell'online ci sono: la sicurezza, l'impossibilità di provare la vettura, l'assenza della trattativa in presenza con il dealer



'Acquisto auto in Digitale, l'Italia è pronta? (ARETE)

Content Mktg Trends

+66%



SOCIAL MEDIA

L'incremento nell'uso tra I Senior negli ultimi 5 anni.

[Pew Research](#)



59%



CONTENT VIDEO

Aziende che utilizzano I video per il content marketing

[Hubspot](#)



81%



YOUTUBE

Gli adulti che usano la piattaforma. E' il social con il dato più elevato.

[Pew Research](#)



99%



CONSUMATORI

Che gradiscono guardare video online di brand.

[Lemonlight](#)



Video Mktg Trends



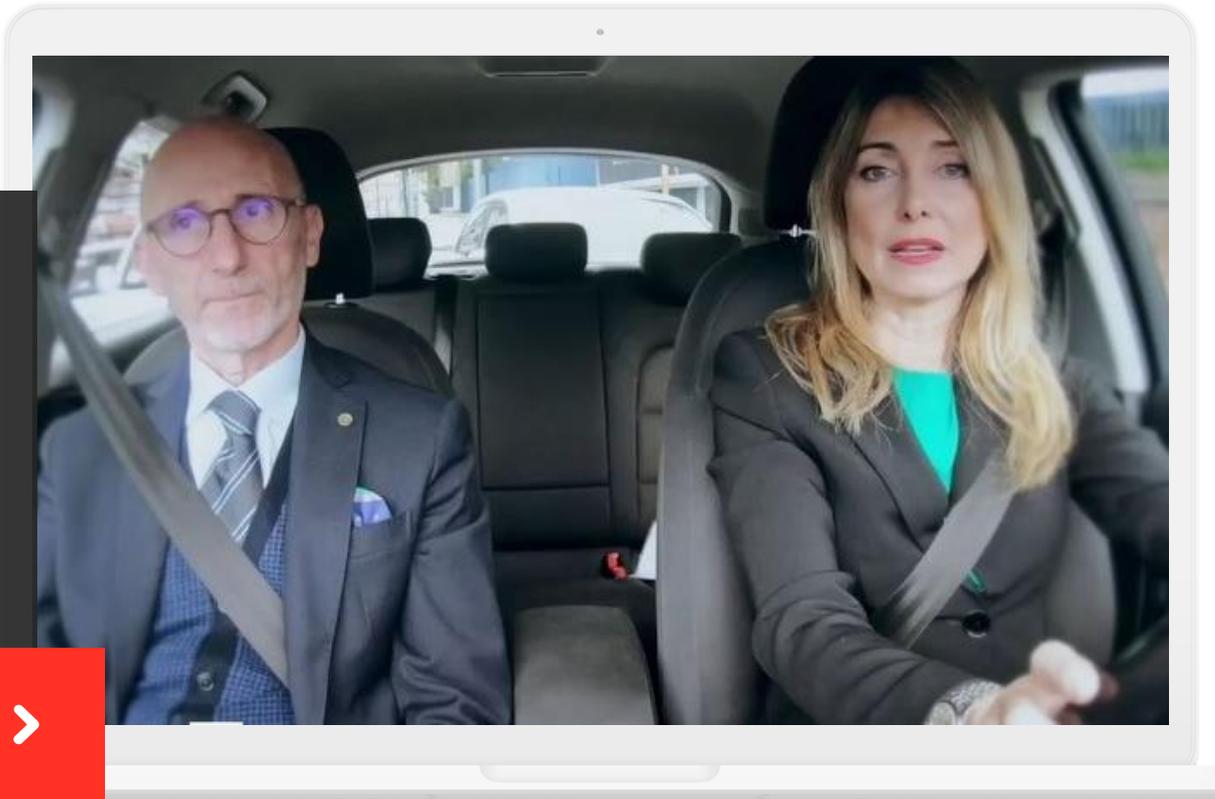
FONTE: [Lemonlight](#)

Perchè un branded content?

L'EMOZIONE DEL PRODOTTO

Un'esperienza di intrattenimento tradotta in **video branded content** consente di vedere il prodotto nel suo contesto ideale e **di connettersi alle emozioni** (di guida, di status) **dello spettatore**. Inoltre con i video è possibile raccontare il prodotto nel dettaglio con un focus specifico sui vari punti di forza.

Go BRENT!



93%

I consumatori che pensano che guardare un video a tema sul prodotto sia stato utile nella loro esperienza d'acquisto ([ANIMOTO](#))

● BRENT

INFORMARE CON...PASSIONE



Coniughiamo l'intrattenimento alle informazioni topiche da veicolare utilizzando l'empatia per catturare l'attenzione e connettersi alle emozioni dello spettatore

● BRENT

How it Works



MESSAGGIO

Mettiti nei panni di...



INFOTAINMENT

Scopri il cosa e il perché impara il
come e il quando



STORYTELLING

Raccontare le passioni e il
quotidiano del target



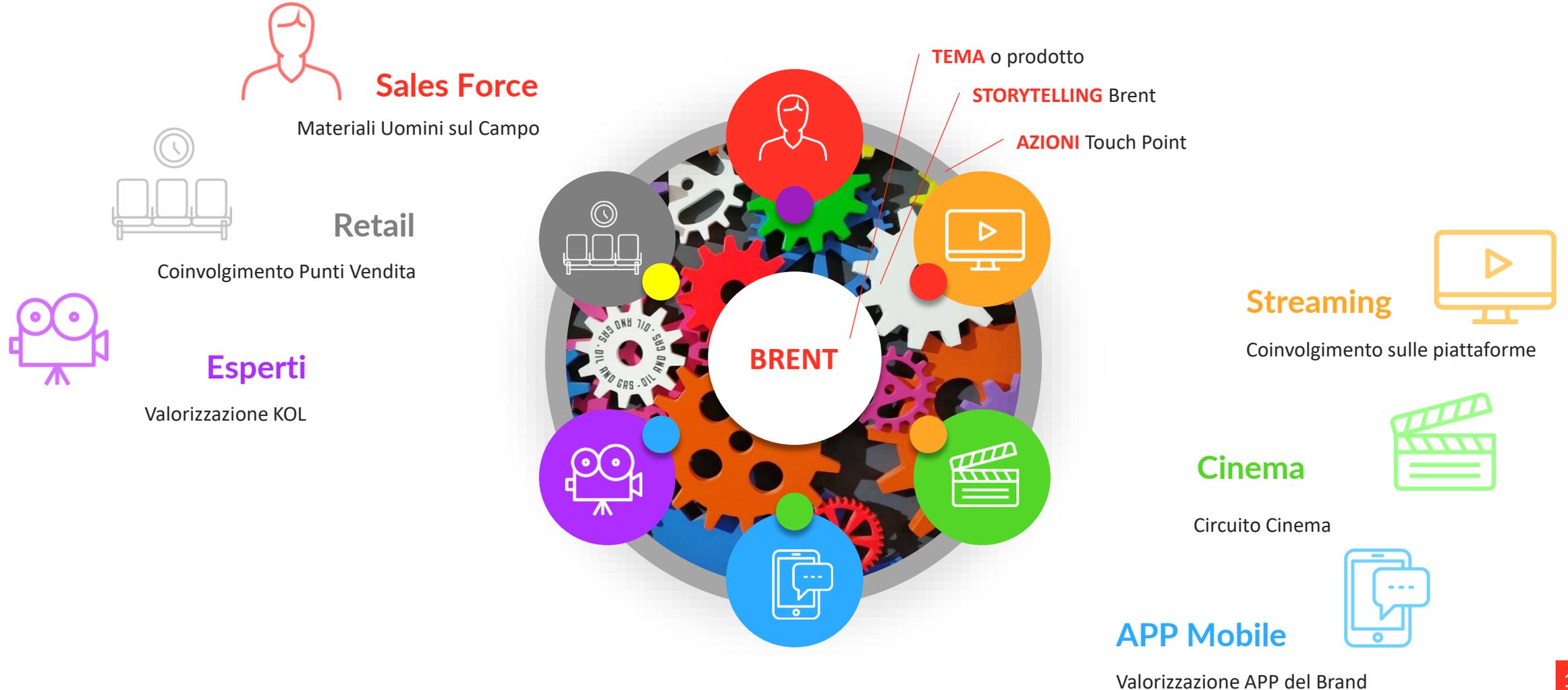
PIATTAFORME

Declinare I contenuti sui canali più
idonei



COINVOLGERE EMOTIVAMENTE E RAZIONALMENTE TUTTI I TARGET

● BRENT | Touch Points



Clip educational

Sarà creata ed inserita in ogni episodio della web serie una **clip educational con immagini didascaliche** che rappresentano **contenuti di approfondimento** su temi utili ad educare il pubblico per promuovere consapevolezza.



Educazione Stradale

Per promuovere consapevolezza nelle nuove generazioni



Sicurezza

Per educare gli automobilisti ad un comportamento sicuro prima, durante e dopo il viaggio



Tecnologia & Sostenibilità

Per informare sulle ultime novità tecnologiche e promuovere un uso sostenibile dell'auto.

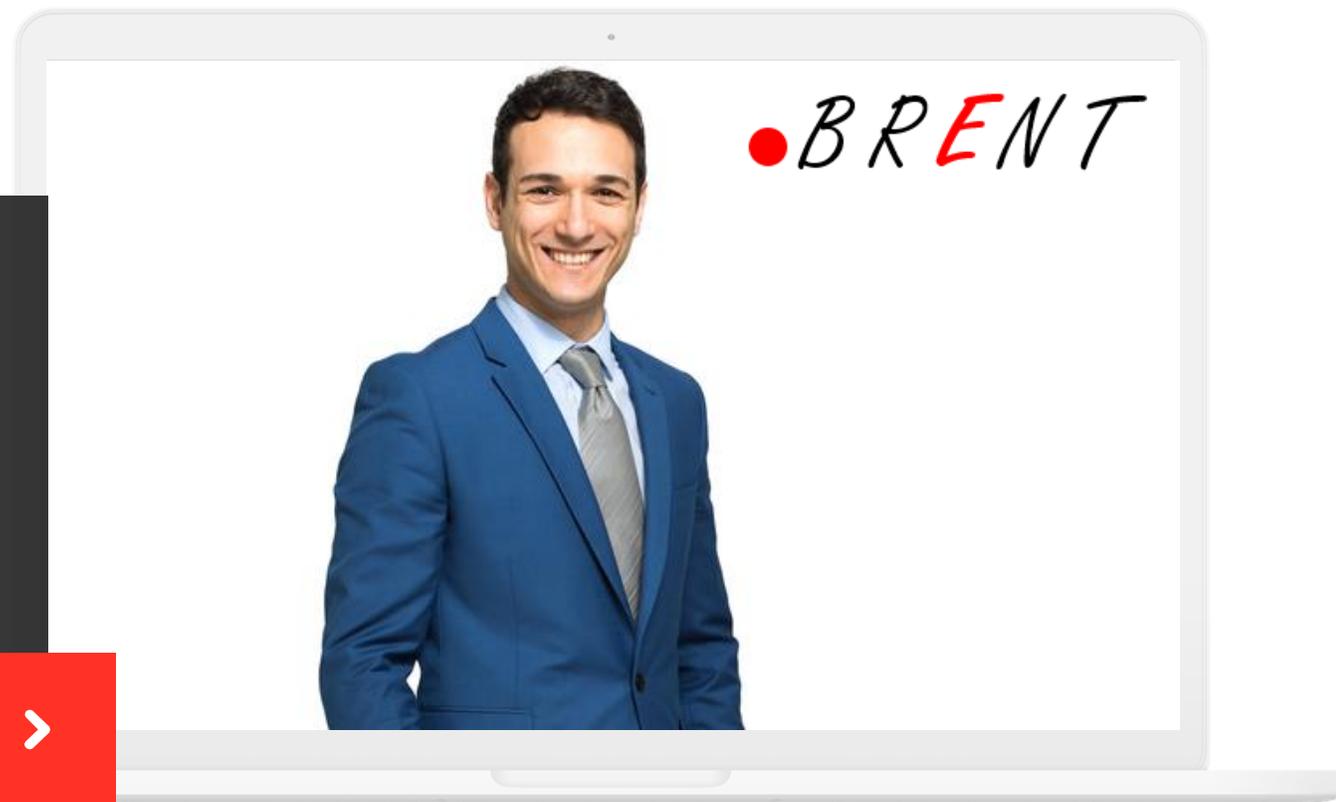
Tutorial

...CON ESPERTI & ASSOCIAZIONI

L'OFFERTA EDUCATIONAL

I tutorial di approfondimento collegati a ciascuna puntata permettono di analizzare meglio il prodotto nelle sue caratteristiche e/o coinvolgere esperti per offrire buone pratiche a tema sicurezza su strada, tecnologia, sostenibilità

Go BRENT!



Oggi parliamo di 'sostenibilità alla guida...'



AUTOMOTIVE
BRANDED CONTENT

CASE HISTORY

● *BRENT*

COMPAGNI
di **VIAGGIO**
SIAMO TUTTI
AVVENTURISTI



Compagni di Viaggio



E' un format tv-gaming in branded content, il primo costruito su un servizio di assistenza assicurativa, creato per ALLIANZ e in onda su MEDIASET LA5.

Quattro team di 'Avventuristi' in Camper ai quattro angoli del pianeta si sono sfidati tra culture ed esperienze multi-sensoriali: non avrebbero potuto farlo senza la giusta polizza



[Clicca qui per guardare](#)





Innovation
that excites



Reporter on the road

Branded content realizzato per NISSAN in occasione della UEFA Champions League con il pilota Gian Maria Gabbiani e gli influencer 'Calciatori Brutti'

[Clicca qui per guardare](#)



Le puntate raccontano il viaggio della crew per andare a vedere le partite di Champions League tra commenti ai match e alla comodità della X-Trail con pillole di guida sicura.



DARIO NUZZO

DARIONUZZO.COM



Autore e conduttore tv

Giornalista, collabora con
MEDIASET, Publitalia'80 e le testate
OGGI, GRAZIA, Focus Junior.

Autore TV
Dalle tv locali ai
broadcaster nazionali



● BRENT

Branded Content
L'esperienza televisiva nel
mondo dell'ADV



Branded Entertainment
Progetti educativi e format a
misura di famiglia.

Giornalista

Lifestyle, pet, incredibilia e
benessere su testate nazionali

Thank You

WWW.DARIONUZZO.COM

• BRENT

