



Начало ролика — выход из черного поля...



На черном поле появляются блики как на выпуклом стекле...



В отражении выпуклого стекла можно рассмотреть ночной мегаполис — светятся огни, мигает реклама, плывут огни сотен машин...



Неожиданно справа налево проезжает новейшая Reno Captur



Машина эффектно вписывается в крутой поворот городского перекрестка... Для усиления эффекта приближения используется широкоугольная камера («рыбий глаз») — машина имеет максимальный размер на углу экрана...



После поворота машина быстро удаляется в другой части экрана...



В кадре в новь ночной город...



Выпуклое стекло начинает движение вперед, к центру ночного города...





Микшерный переход — в стекле отражается ясное небо...



Камера осуществляет плавный отъезд — в кадре новая Reno Captur. Машина во фронтальном ракурсе несется по загородной дороге...



Плавный отъезд камерой продолжается...



И вот новая машина видна полностью во фронтальном ракурсе...



...



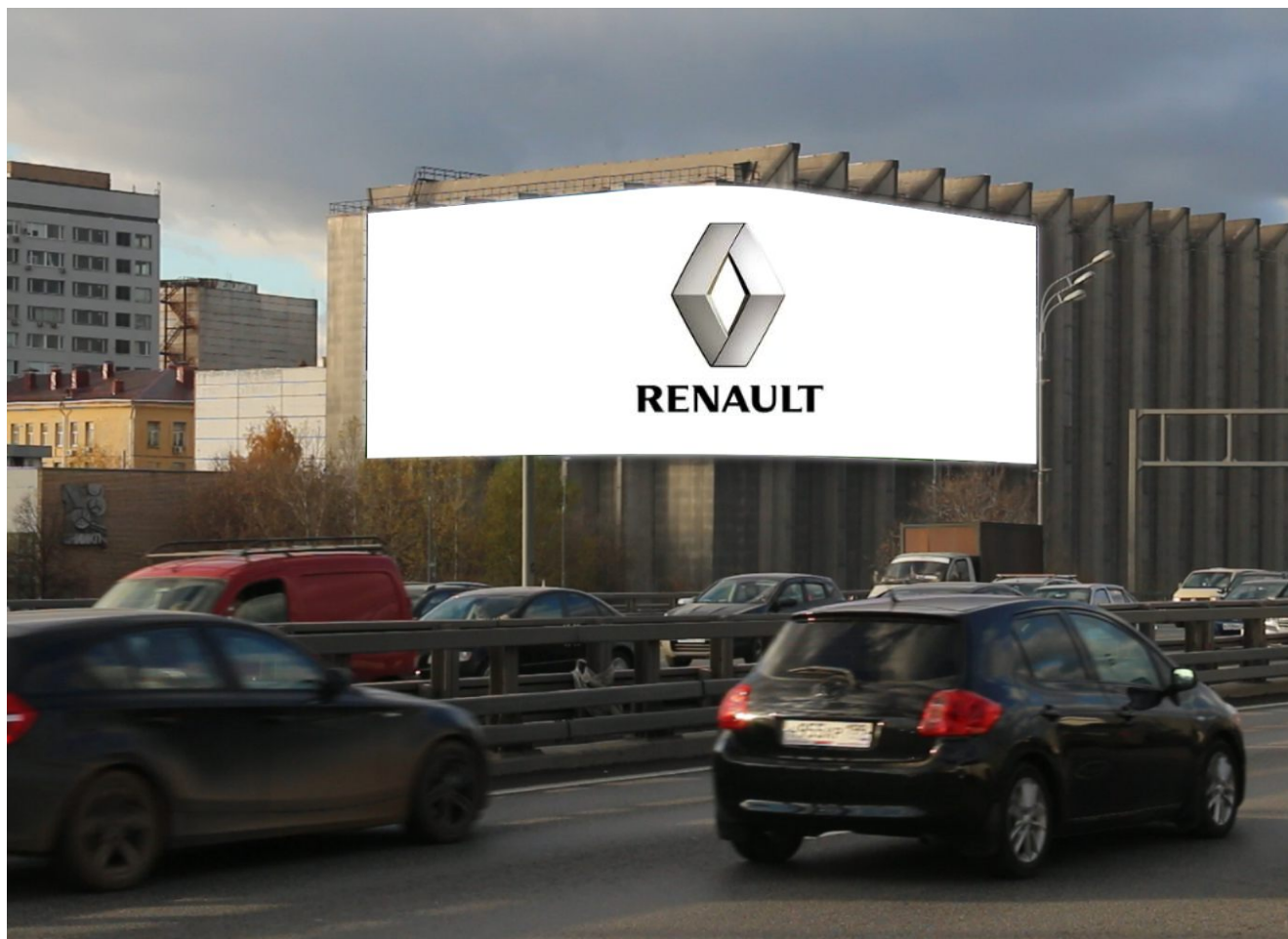
Следует микшерный переход на белое поле...



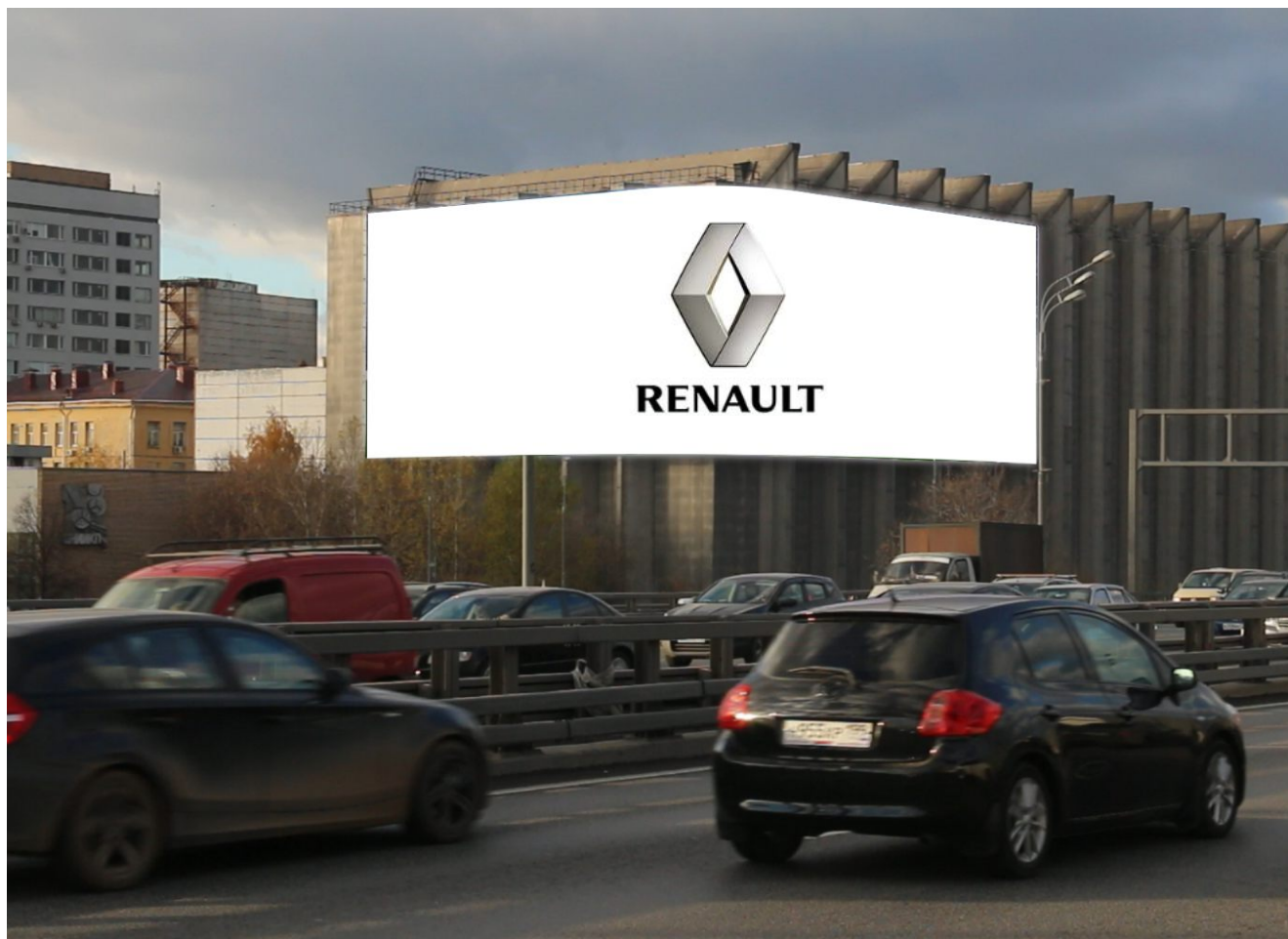
Белое поле...



Формируется фирменный пакшот Reno



Пэкшот — брендинговая и контактная информация в статическом виде.



Плюсы данной идеи ролика:

1. идея «вписана» в формат углового экрана под видом тонированного лобового стекла автомобиля
2. идея имеет рекламную интригу — она НЕ «продает» зрителю все и сразу
3. машина демонстрируется в 180-градусном ракурсе (в форме отражения в стекле автомобиля)
4. машина демонстрируется во фронтальном ракурсе (во время отъезда камеры)