

Detrazione infissi: non aspettare 10 anni

Grezzo 20,1 s → circa 19,5 s · format Pubblicità · frame Conversione · telefono a fine video · uscita 02/11/2026. I tempi sono quelli del **grezzo**: fai i tagli partendo dal fondo, così i tempi prima non si spostano. Il tempo con «da verificare a orecchio» è stimato: controllalo sulla traccia prima di tagliare.

Il punto forte La gag «Tra dieci anni? — Sarò morto!»: forte, si capisce e si ricorda.	Il problema principale «Detrazione subito» non è vera: la chiusura va rigirata prima di montare (V09).	Si giudica su Chiamate e contatti dalla pubblicità (costo per contatto), non le views.
--	--	--

1. Hook

Dal fotogramma 0 alla fine della prima frase (0,0–5,8 s): tagli, primo fotogramma, box del gancio, titolo fisso, pixel art di apertura, suono d'apertura.

Quando	Cosa fare	Perché
☐ 0,0	Primo fotogramma: voce e movimento subito, niente nero, logo o scritta del marchio prima della voce.	V01 · V02 · <i>regola generale</i>
☐ 0,0–5,8	(Opzionale, se si rigira) gancio più corto: «Non dirmi che aspetti dieci anni per riavere i soldi delle finestre.» [i5]	R09
☐ 0,0–fine	Titolo fisso «Bonus finestre: aspetti davvero 10 ANNI?» (10 ANNI in rosso) + «Torino e provincia»; a 10,0–12,5 il riquadro va sotto il box [i6]	
☐ 0,0	Nessuna musica prima della voce: la base entra sotto la prima parola.	<i>regola generale</i>

2. Corpo

Dalla prima frase all'ultima battuta prima della chiusura: tagli (dal fondo), poi pause, testi, b-roll, punch-in, pixel art e suono in ordine di tempo.

Quando	Cosa fare	Perché
☐ 12,5–14,8	Tagliare la seconda gag («Sarò in pensione») e il secondo riquadro [i2]	ripetizione
☐ 9,6–10,0	Tagliare la pausa prima del cliente [i4]	V07
☐ 2,5 · 5,8–9,6 · chiusura	Punch-in 112% su «dieci anni», clip 2 al 115%, zoom lento 100 → 110% sulla chiusura; b-roll di una posa vera 3,8–5,8 [i8]	
☐ 2,5–4,5 · 11,2	Grafica 10 tacche di calendario (10 rate) che si fermano con una ✗ su «Sarò morto!» [i9]	
☐ 2,5 · 10,0 · 11,2 · 12,3	Whoosh, stop musica + pop, colpo comico su «Sarò morto!», riser e rientro; ducking sulla parola chiave; ding sul numero [i12]	
☐ 10,0–12,5	Cliente in pixel art con fumetto (o etichetta «contenuto generato» su TikTok e Meta); riverbero da stanza sulla voce [i3]	trasparenza AI · audio

3. Closing

Battuta finale e firma: taglio finale, ultima frase in camera, «Torino, non Miami», telefono solo nei video Soluzione, suono di chiusura.

Quando	Cosa fare	Perché
☐ 14,8–20,1	Rigirare la chiusura: A «Da noi non aspetti dieci anni: lo sconto te lo facciamo subito noi. Chiamaci e ti spieghiamo come.» oppure B «Da noi non anticipi tutto: paghi a rate, mentre la detrazione ti torna in dieci anni. Chiamaci e ti spieghiamo come.» Mai «detrazione subito» [i1]	V09

	Quando	Cosa fare	Perché
☐	chiusura	Dicitura legale a schermo: A «Sconto commerciale Miami Infissi, non è la detrazione fiscale. Condizioni in negozio» · B «Messaggio pubblicitario. Finanziamento soggetto ad approvazione di [finanziaria]. TAEG in negozio» (nessun numero di rata o tasso) ^[7]	
☐	dopo «come» (+2 s)	Schermata finale: 344 227 4260 + «Torino e provincia» + pixel art + palma + «Torino, non Miami» ^[11]	
☐	fine	Base giù sull'ultima frase, colpo secco sull'ultima parola, silenzio, firma.	<i>regola generale</i>

4. Tutto il video

Inquadratura, colore (con i numeri misurati), sottotitoli, musica.

	Quando	Cosa fare	Perché
☐	0,0–fine	Sottotitoli al centro-sinistra sopra i 300 px bassi (campione e mani in basso a destra); niente sottotitoli in alto a 10,0–12,5 ^[10]	

Musica: 3 tracce (la prima è la consigliata)

#	Traccia	Perché	Da – a	Volume
1	Carefree Kevin MacLeod	Brillante e positiva, tempo medio: provocazione e chiusura rassicurante senza effetto spot TV (consigliata; da verificare nella libreria commerciale)	0,3–10,0 · rientro sulla chiusura → fine	–20 dB sotto la voce, –26 dB sulla parola chiave
2	Spanish Flea Herb Alpert & The Tijuana Brass	Fiat ironici ~115–120 BPM per gag e chiusura allegra (famosa: da verificare nella libreria commerciale)	0,3–10,0 · rientro sulla chiusura → fine	–22 dB sotto la voce, stop a 10,0
3	The Entertainer (versione di libreria) Scott Joplin	Ragtime ironico «d'altri tempi» che richiama i clienti anziani, ~105–110 (da verificare nella libreria commerciale)	0,3–10,0 · rientro sulla chiusura → fine	–20 dB sotto la voce, ferma 10,0–12,5

Diritti: l'account di Vincenzo è aziendale: su Instagram e Facebook solo brani della Meta Sound Collection, su TikTok solo della Commercial Music Library. Tutte le tracce sono **da verificare nella libreria commerciale** prima di montarle: un brano fuori libreria rischia l'audio silenziato o meno diffusione.

5. Dopo il montaggio

Instagram (piattaforma principale) e copertina della dashboard.

	Quando	Cosa fare	Perché
☐	copertina	Non serve una copertina da griglia: esce solo come inserzione. Per la dashboard usa il fotogramma della gag «Sarò morto!».	
☐	descrizione	Testo dell'inserzione: «Cambi le finestre e non vuoi aspettare 10 anni? Ti spieghiamo come. Torino e provincia.» Pulsante Chiama.	Pubblicità: si misura su chiamate
☐	primo commento	Nessuno: le inserzioni non hanno il primo commento.	
☐	pubblicazione	Pubblicare come sola inserzione (non sul profilo); targeting Torino + 30 km; pulsante Chiama/Contattaci; segnare da dove arriva ogni chiamata ^[13]	
☐	dashboard	Salva la copertina come dashboard/copertine/ad_detrazione.jpg (verticale, stesso fotogramma di Instagram).	Card nei Pubblicati

Previsione Instagram

Con le modifiche (fasce): skip rate 42–52% · tempo medio 5–7 s · % guardata 28–38% · views pubblicità: dipendono dal budget · da non follower pubblicità: non si misura · condivisioni ogni 1.000 views 0–2 · salvataggi ogni 1.000 views 1–4.

Solidità bassa finché non arrivano altri dati.