



Пиво IZZY: секрет хорошего праздника — в бутылке

Заказчик: Zagrebačka pivovara/Interbrew

Агентство: McCann-Erickson Croatia

Финалист Golden Watch

Сказать новое слово на рынке пива и отстроиться от конкурентов — непростая задача в любой стране мира. Агентство McCann-Erickson (Хорватия) должно было создать сильную национальную кампанию для бренда легкого светлого пива IZZY, основными соперниками которого являлись Corona и Smile. Победа была достигнута с помощью веселого и энергичного персонажа-символа, который наглядно агитировал пить именно IZZY.

Цели рекламной кампании

Пивоварня Zagrebačka производит пиво Ožujsko, которое давно является лидером в своей категории.

В этот же раз было решено создать и продвинуть бренд IZZY, рассчитанный на совершенно новую для клиента целевую аудиторию — молодых людей от 18 до 25 лет. Это юноши и девушки, живущие в городах, которые следят за модой, все еще учатся или просто окончили среднюю школу.

Необходимо было убедить их в том, что пиво IZZY — это динамичный, освежающий и бодрящий напиток. Чаще всего это пиво пьют с лимоном и из бутылки.

Креативная стратегия

Основная смысловая нагрузка во время рекламной кампании легла на созданный для этого бренда символ, иконический знак, с которым можно было играть, видоизменяя в рамках заданной концепции. Знак представляет собой круг-физиономию в черных очках — это как бы один из пивных пузырьков, который веселится вместе с вами. Персонаж должен был стать лучшим другом всех любителей пива IZZY.

Агентство решило, что сильной стороной рекламируемого бренда должны стать простота и лаконичность. Во время проведения кампании сущность главного героя видоизменяется: он становится то ангелом, то дьяволом, то бомбой, то звездой и даже Санта-Клаусом. Именно на его трансформациях построены все видеоролики, сюжеты которых дублируются в аудиоспотах.

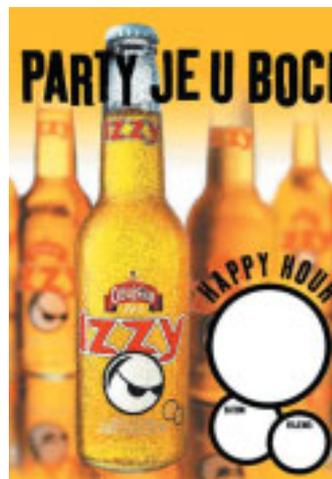
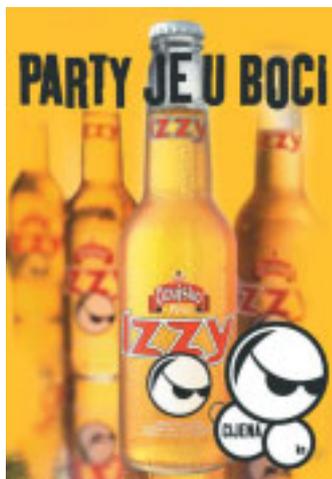
Индивидуальность бренда и его основное послание были отражены в слогане «Успех вашего вечера — в бутылке». Сразу вспоминается известное высказывание «Истина — в вине».

Медиастратегия

Кампания была поделена на два этапа: тизер-кампанию (которая должна раздражить любопытство) и основную кампанию.

Новая цель

Простота и лаконичность



◀ POS пива IZZY эксплуатирует тему пузырьков – в один из них можно вписать цену



◀ Бутылка наполняется, пока в ней не становится 4,9 % алкоголя. Из доньшка сыплются пузырьки-рожицы – да это не бутылка, а ракета! Она взлетает вверх и стремится к лимону, который сияет в небе подобно луне. Ракета врывается в «луну», и она застревает в горлышке: попробуй IZZY с лимоном!



Во время первого этапа были использованы плакаты, изображающие фирменный персонаж-пузырек в нескольких видах и с крупной подписью IZZY. Они были развешаны на основных автострадах и в центре города. На этой стадии не говорилось о том, что рекламируется пиво, и слогана в рекламе еще не было.

Основная кампания проходила на ТВ и радио в течение следующих трех месяцев. Также был сделан веб-сайт и выпущено много сувенирно-рекламной продукции: листовки, воблеры, стикеры, значки, футболки, коврики для мыши.

Все ТВ-ролики были 15-секундными и содержали минимум информации. Зато отличались динамизмом и сразу выделялись в рекламном блоке ярким желто-черным колоритом. В основном ролике мы видим круглую физиономию главного героя, затем она сменяется фотографиями молодых людей, веселящихся на вечеринках. После этого на экране возникает очень крупный логотип и слоган: «Успех вечера – в бутылке».

В других роликах персонаж IZZY появлялся в виде пульсирующей бомбы, дьявола с рожками и святого с нимбом.

Еще два тематических направления роликов: один показывает IZZY в звездном небе, призывая пить пиво, когда наступает темнота, а другой советует попробовать пиво с лимоном.

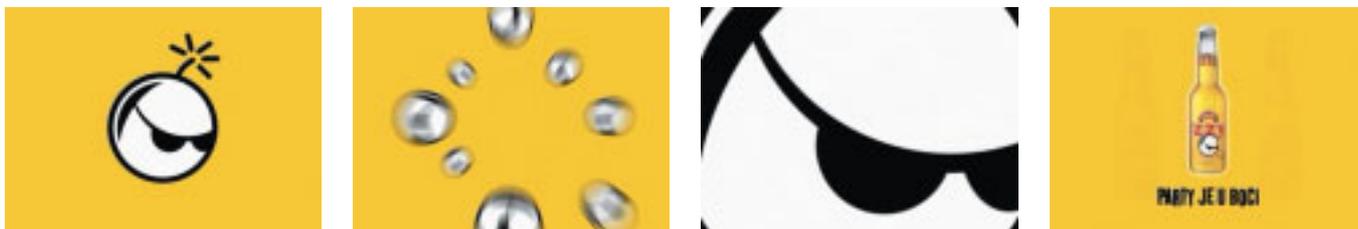
Радиоролики повторяли телевизионные, делая акцент на том, что новое пиво IZZY – это самый модный напиток, который принесет вам удачу и сделает ваши праздники незабываемыми.

Результаты

Лаконичность и простота рекламной кампании действительно достигли своего результата. Персонаж и само пиво стали с легкостью узнаваться целевой аудиторией, и, что самое главное, IZZY признали одним из самых популярных «напитков для вечеринок». ■

Креативные пузырьки

Модный напиток



▲ На экране привычный нам персонаж, только в виде бомбы с горящим фитилем, – он взрывается и разлетается на много мелких пузырьков. Идея проста и сразу понятна зрителю – вечеринки должны быть зажигательными!



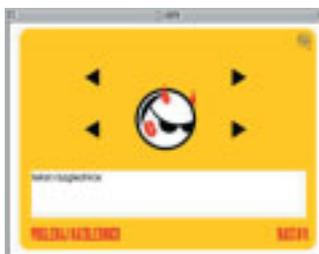
▲ Один из человечков зажигательно танцует: подпрыгивает и вертится. И вот ему уже вторят остальные! Крупный план на лицо-иконку переводит внимание на бутылку IZZY: «Успех вечера – в бутылке»



▲ Ролик-тизер – это цепочка превращений: условно показана то ли пластинка, то ли радиоволны, из центра появляется лицо-иконка, в ее круге – лица молодежи, они веселятся и знакомятся, в конце ролика лицо-иконка с подписью IZZY... Кто же это?



▲ Две смешные ступни с пузырьками IZZY вместо пальчиков встречаются с другой парой ступней: когда вы видите с друзьями, пейте пиво IZZY, и вам будет весело!



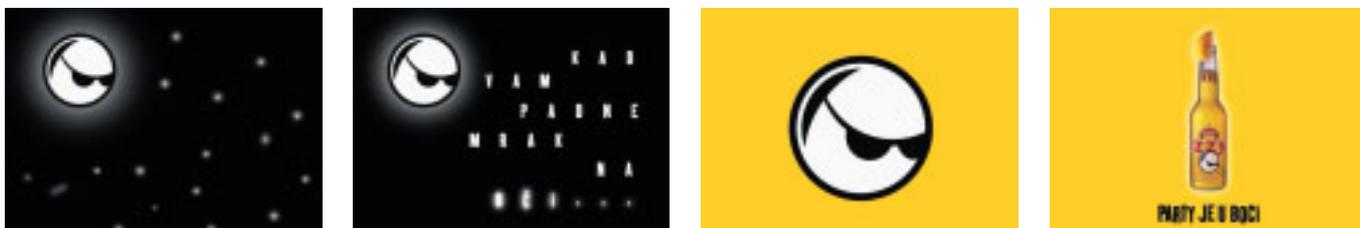
◀ Интернет-сайт тоже выдержан в едином стиле IZZY. Здесь вы можете поиграть и сами выбрать того персонажа, который вам ближе



▲ В рекламных плакатах IZZY предстает то в виде дьявола-святого с рожками и нимбом, то в виде музыкальных ноток, то в виде луны в ночном небе, а то – в виде пульсирующей бомбы. Везде слоган: «Успех вечера – в бутылке»



▲ В стиле Izzy выполнены и сувениры: коврик для мыши, подставки под пиво и футболки. Лаконичная графика вместе с яркими форменными цветами обращают на себя внимание и делают бренд узнаваемым. Такое многообразие носителей говорит о хорошо спланированной BTL-коммуникации



▲ Пиво IZZY – это напиток для вечеринок. Поэтому и употреблять его надо, когда становится темно