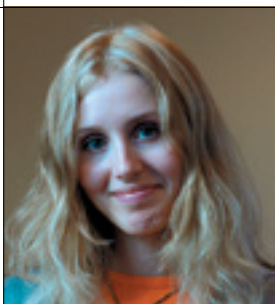


SPRITE: ЭТИ ОБМАНЧИВЫЕ СТЕРЕОТИПЫ!



ЕКАТЕРИНА МАРЕЕВА,
копирайтер
Grey Moscow

Недавно стартовала новая рекламная кампания Sprite под слоганом «Забей на жажду! Живи по своим правилам!». Рекламисты нашли верный инсайт, на базе которого, казалось бы, можно построить множество рекламных сюжетов. Но задача оказалась легкой только на первый взгляд.

Стереотипы и реклама просто созданы друг для друга. Именно использование штампов и клише позволяет рассказать историю за 30 секунд. Они помогают расставить все точки над *i*. Ведь ни у кого не вызывает сомнения, что начальник обязан быть строгим и хмурым, мать — гибридом пылесоса и посудомойки, а бабушки обитают только в деревне.

Конечно, стереотипы надоедают и рекламщикам, и зрителям. Но при умелом использовании, когда их выбирают со вкусом и знанием целевой аудитории, присутствие

стереотипа в рекламе более чем оправданно. В основе идеи новой рекламной кампании Sprite лежит хороший инсайт: в отношениях с противоположным полом существует масса табу, нарушать которые мало кто отважится. Из этого инсайта и родилась креативная идея: придуманные непонятно кем правила не помогут тебе в отношениях с противоположным полом, живи по своим правилам, и тебя ждет успех!

Идея замечательная: во-первых, любовь-морковь, безусловно, одна из интереснейших тем для подростков; во-вторых, мысль о том, что неписанные правила «науки страсти нежной», оказывается, можно нарушать, также не оставит равнодушными подростков с их вечной жаждой протеста.

Первый ролик основан на всем известном стереотипе — девушка ни при каких обстоятельствах не должна звонить парню

Девушка ни при каких обстоятельствах не должна звонить парню первая. Героиню ролика сначала предупреждает подруга: «Не звони!» Затем стайка японских туристов: «Телефона нельзя!» Но тут девушка делает глоток Sprite, и в голове у нее проясняется. Она набирает желанный номер. На ее вопрос: «Куда пропал?» — парень в полном восторге от долгожданного звонка девушки отвечает: «Слова подбирал!» Работа агентства «Родная речь»



первая. Никогда! Иначе... что будет иначе, история умалчивает, но то, что случится что-то страшное и непоправимое, не подлежит сомнению.

Героиню ролика сначала предупреждает подруга: «Не звони!», затем стайка туристов-японцев щебечет с забавным акцентом: «Телефона нельзя», и даже рабочий напоминает, что звонить ни в коем случае нельзя!

Бедная девушка явно должна от такого прессинга лишиться воли и разума, но тут она пьет Sprite, который прочищает ей мозги, и она все-таки набирается храбрости и звонит парню. На кокетливый вопрос героини: «Куда пропал?» — парень, который явно в полном восторге от долгожданного звонка девушки, отвечает: «Слова подбирай!»

Что тут можно сказать? Чистая история, в которой правда жизни показана во всей её абсурдности. Думаю, после выхода этого ролика девушки станут чаще звонить парням, а продажи Sprite вырастут.

Но вот продолжение этой серии уже не радует. И причина, на мой взгляд, в том, что создатели попали-таки в ловушку стереотипов: не смогли найти новый шаблон поведения, адекватный бренду.

Вопросы начинаются с самых первых кадров ролика. Во-первых, кто сказал, что крутой мальчик должен при знакомстве говорить: «Привет, киска»? Так обычно парикмахеры-гомосексуалисты приветствуют своих постоянных клиенток.

Во-вторых, фраза таксиста: «Не давай ей спуску! Ты же мачо!» — применительно к главному герою выглядит просто издевкой.

И самый главный вопрос, который мучает меня и всех моих друзей: кто решил, что несчастный, вырванный с корнем цветочек (с комком земли впридачу) — это верный способ познакомиться с девушкой?

Невнятный монтаж окончательно сбивает зрителя с толку: почему-то в ролике дважды появляется один и тот же кадр, где парень вытирает пот со лба!

На примере этих двух роликов из одной рекламной кампании становится очевидна важность правильного выбора стереотипа. В случае с девушкой это попадание в яблочко, поэтому и ролик смотрится невероятно органично. А вот ролик с парнем оставляет ощущение какого-то бредового сна с говорящим гамбургером, Иванушкой-дурачком в роли мачо и несчастной девушкой, чья личная жизнь настолько не удалась, что теперь ей можно землю с клумбы дарить вместо цветов — она все стерпит.

Несмотря на это, главным остается тот факт, что новая рекламная кампания Sprite не прошла незамеченной ни для рекламного сообщества, ни для потребителей. А значит, можно сказать, что она вполне успешна. А вот насколько именно успешна, расскажут цифры, которые мы с вами вряд ли когда узнаем. ®

На этот раз проблему общения испытывает парень. Он идет по улице и слышит фразы: «Все они западают на крутых парней. Подойди к ней и скажи: «Привет, киска», «Не давай ей спуску! Ты же мачо!», «Взгляд хищника!» Но Sprite его освежает, поэтому он подходит к девушке, протягивает ей цветок, сорванный с клумбы, и говорит просто: «Это цветок, а я Сергей». Работа агентства «Родная речь»

