

# СУХАРИКИ «ХРУСТЕАМ»: КОМЕДИЯ НЕ УДАЛАСЬ



НАТАЛЬЯ СМЕЛОВА,  
креативный директор  
РА «Небо»

Ролик для сухариков компании Frito Lay под названием «ХрустЕам» снимался как эпическая сага с большой массовой и участием звезды телеэкрана. Но зрителям этот шедевр оказался не по вкусу: то ли обращение прозвучало слишком смело, то ли главное действующее лицо подкачало...

## Как попал Воля к сухарям

Вместо предисловия хочу процитировать «Комсомольскую правду» от 22 мая 2008 года: «Когда сей рекламный шедевр показали фокус-группе, зрители заявили, что ролик их раздражает. И наибольший негатив вызвал именно Павел Воля в образе Александра Невского. Производители сухариков в шоке: получается, что они зря выбросили деньги на Волгу...»

Непонятно, почему ролик, который раздражает, все-таки вышел в эфир. Но даже если «Комсомолка» кое-где и преувеличила, ясно одно: ролик неоднозначный, герой в нем — тоже. Павел Воля — он как Marmite со слоганом: «Или вы его любите, или вы его ненавидите». За последние годы он сменил много ролей — от резидента Comedy Club и «гламурного подонка» до ведущего других передач, киноактера и певца. Мое лично отношение к нему от этого только улучшилось. Особенно после того, как из заставки передачи «Смех без правил» я узнала, что Павел Воля — «учитель русского языка и литературы из Пензы, 28 лет, не курит». Одним словом, Павел всем хорош, а вот с роликом что-то не получилось.

Итак, ингредиенты ролика: Павел Воля и сухарики «ХрустЕам», Ледовое побоище и песня Ice Ice Baby. Ну и, наконец, текст: «Не дрейфите, братцы! Все будет охрустительно!», произнесенный самим Павлом Волей с его неподражаемой интонацией. Текст звучит ужасно нарочито, и претензии на ненормативную лексику в ее обход смотрятся своего рода подделкой: так пожилые люди, желая казаться своими, в разговорах с молодежью иногда употребляют всякие смешные слова, кажущиеся им остроактуальными: «старик», «чувиха», «приколись». По мне полумеры — это очень невкусно. Кстати, слово «дрейфить» — туда же. Полумера.

## О «побоище»

В ролике была сделана попытка переосмыслить известное событие, а именно Ледовое

побоище, и создать некую ауру исторического фэнтези. Не думаю, что ролик задевает за живое патристические чувства наших подростков. А вот то, как хрустят сухарики и вместе с ними трескается лед под ногами врагов, это, скорее, им даже понравится.

Другое дело, что все эти сухарики, лед, рыцари, русские мужики в кольчугах и прочее не имеют никакого отношения к самому Павлу Воле. На его месте мог бы быть кто угодно.

В последнее время креатишники BBDO увлеклись тем, что называется «рашен-деревяшен»: то корову-буренку под цыганочку хотят зарезать, то в «Гурмании» каких-то лесных отшельников в рогоже показывают, теперь вот взялись за сухарики. С одной стороны, оно и понятно: сухари — это ведь наше, родное. А с другой — традиции обыгрывать тоже нужно уметь. Вот у «Воронцовских» сухариков получилось: там и с юмором получше, и смотреть интереснее, а главное — не скучно пересматривать.

А что касается звезд Comedy в рекламе — они же просто поправляют свое материальное положение, участвуя в подобных проектах. Хуже всего только простые, незамысловатые testimonials наподобие роликов про тетю Асю, только с Ангелиной Вовк, Марией Шукшиной, Еленой Яковлевой и т. д.

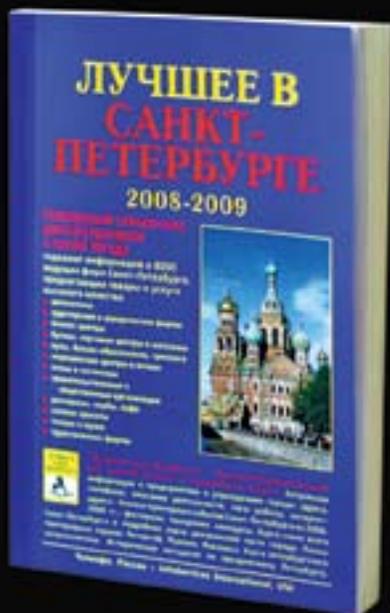
Лучше обстоят дела, когда есть некий сюжет и знаменитость предстает в образе... ну, например, Александра Невского, как Воля, или менеджера «Эльдорадо», как еще один резидент Comedy Club Вадик Гальгин.

И самый лучший вариант — когда сюжет строится вокруг звезды и продукта таким образом, что смотреть это интересно, сущность продукта раскрывается в самом сюжете, а звезда не чужда самоиронии. И самое главное — это то, что звезда играет саму (или самого) себя.

Например, ролик для Adidas, где Дэвид Бекхэм спрашивает маленького мальчика, кто его любимый футболист. Мальчик, наивная душа, отвечает: «Стив Джерард». Бекхэм (расстроено): «Точно?» Мальчик: «Ага». Или ролик с Мадонной, которая описалась от страха в суперскоростном авто в короткометражке, посвященной BMW.

Будет намного приятнее, когда звезды Comedy Club выйдут на этот третий уровень. А пока они всего лишь чуть-чуть больше, чем просто тетя Ася. Даже если это Павел Воля. ®

Новый взгляд на Ледовое побоище, в роли Александра Невского — Павел Воля, резидент Comedy Club. Когда враг уже совсем близко, он вытаскивает пакетик сухариков и вальяжно сообщает своему войску: «Не дрейфьте, братцы! Все будет охрустено!» Потом он пару раз хрустит сухариками в такт песенке Ice Ice Baby, и лед ломается. Враги тонут, и остается только доесть пакетик сухарей «ХрустTeam». Работа агентства BBDO Moscow



Осень - лучшее время для размещения рекламы!

Найди время для Лучшего!

Искренне Ваш,  
ИД "Мелинро" 764-73-74