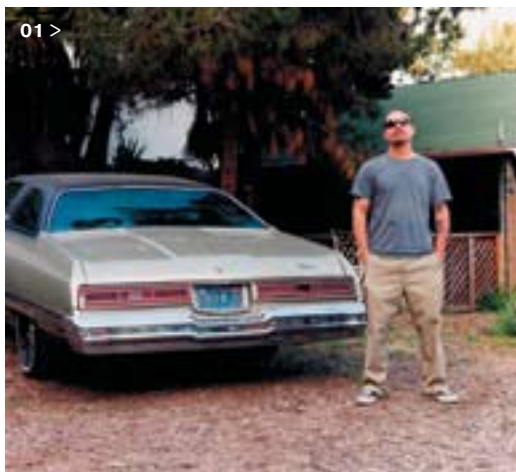


DICKIES — НЕ ГЛАМУР, А РЕАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ

01–02 > Два сценариста из Лос-Анджелеса — Хит Матьоли и Дэвид Спакон рассказывают о своей жизни и творческих планах. Сайт похож на информационный ресурс со множеством историй о реальных людях



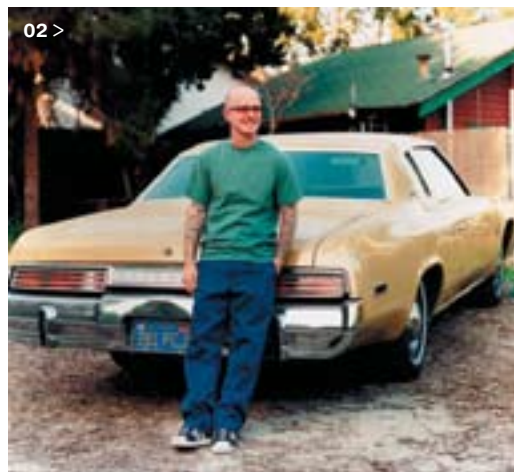
Кампания для модной одежды Dickies — одна из последних в портфолио агентства Farfar. Так как все их истории интерактивны, то интересно сразу же посетить сайт клиента. На www.dickies.eu — огромное количество картинок и очень крупные заголовки и цитаты, которые напоминают хедлайны газет. Под фотографиями разворачиваются целые истории из жизни людей, интервью об их работе, увлечениях. Давайте почитаем вместе.

Банды и рокеры

Первая история в разделе «Работаем в Л.А.» — о двух сценаристах из Лос-Анджелеса. На страничке можно посмотреть небольшое видео, где Хит Матьоли и Дэвид Спакон рассказывают о себе.

Хит: «Я с Дейвом работаю уже почти десять лет. У нас нет офиса, мы работаем дома, который стоит на окраине города. Мы черпаем вдохновение из окружающей природы — вот тут вокруг нас экопарк. Я должен быть всегда сфокусирован на работе, поэтому нанес на руку татуировку — печатную машинку. Теперь я смотрю на нее каждый день и говорю себе: «Пиши, пиши!» Сейчас мы работаем над книгой о реальных событиях, которые происходили здесь, под Лос-Анджелесом. Мы пишем про парня, он много всякого натворил. И нам как-то даже приятно, что мы пишем про это, а не сами являемся героями».

Дейв: «Наша история очень правдивая, она про рокеров, уголовников, банды, преступления. Никто до нас не писал более близкого к реальности рассказа про жизнь в нашем районе. Это к тому же очень захва-



тывающая история, ставящая много вопросов и пытающаяся найти ответы».

У Хита и Дейва несколько сценариев: один — о банде байкеров из Южной Калифорнии, другой — о реальной группе рокеров-бандитов, которые появились на улицах Л.А. еще в 80-х годах. Это была шайка психопатов, которые чинили разбой и беззаконие на улицах города. Поэтому нужно иметь большое мужество, чтобы взяться за расследование данной темы. Но у авторов оно явно есть, так что скоро можно будет прочитать книгу и посмотреть кино по их сценарию.

Вот так звучит первая история. Вы еще помните о том, что этот сайт посвящен бренду модной одежды? Если нет, то в самом конце текста есть две строчки-ссылки: «Хит одет в брюки цвета хаки», а «Дейв — в синие рабочие брюки». Если кликнуть на эти ссылки, то попадаешь на более привычную для одежного бренда страничку сайта, где можно увидеть последнюю коллекцию — ряды различных моделей брюк, рубашек, джемперов.

Тебя обогнала

водитель-азиатка

Кроме истории сценаристов на сайте можно узнать и о других судьбах. Например, девушка по имени Сара Тримбл работает парковщиком машин в отелях, а также каскадером на съемках. Как она попала в такую неженскую среду?

Сара: «Я закончила в Сиэтле колледж прикладного искусства, отделение фотографии, а потом вдруг решила, что мне неинтересно заниматься фотографией профессионально.



03 > Если кликнуть на ссылки после рассказов людей, то попадаешь на более привычные для одежного бренда странички с коллекцией брюк, рубашек, курток

04 > На Саре надета футболка из серии Oxford и женские рабочие брюки. Она работает водителем и каскадером на съемках фильмов

05 > Тиффани — парикмахер, у нее своя студия, и она просто обожает татуировки. Она стала еще одной жительницей Лос-Анджелеса, которая носит одежду Dickies

Я хотела путешествовать. И стала парковать машины в различных отелях, на этом можно хорошо заработать. А дальше тратить деньги где-нибудь в другом месте. Затем снова вернуться и парковать машины. И однажды, пока я так работала в Сиэтле, в моем отеле остановилась съемочная группа из Лос-Анджелеса. Режиссер увидел меня за рулем и спросил, не хочу ли я поучаствовать в съемках. Он сказал, что очень мало женщин умеют хорошо водить автомобиль. Так что скоро я переехала в Л.А. и теперь изучаю киноиндустрию. Здесь достаточно весело и необычно».

На Саре надета футболка из серии Oxford и женские рабочие брюки. Вот такая реклама.

Работа в Лос-Анджелесе

Концепция данной кампании предельно проста: было решено пригласить известного фотографа Брайана Кросса и попросить его снимать людей с разными профессиями и мечтами в районе Лос-Анджелеса.

В итоге получились документальные истории о жизни обыкновенных людей. Кроме двух описанных выше примеров на сайте можно познакомиться со странной парой в татуировках — они владеют парикмахерским салоном и татуаж-студией и дают интервью в одной из прачечных города. А также с художником, который зарабатывает на жизнь покраской домов и женат на самой красивой женщине на земле. И с многими другими такими же обыкновенными людьми с улицы. Но у каждого из них припасена история о себе, от которой невозможно оторваться.

Результаты

В результате такой подачи материала одежда оживила, она стала частью реального рассказа о людях, а сами жители Лос-Анджелеса получили возможность продвигать самих себя, свои услуги, книги, магазины, ремонтные мастерские.

Вот такой необычный cross-promotion — жизни и одежного бренда. Согласитесь, простота идеи и правдивость ее исполнения подкупают! ®