

# КРЕКЕРИЗМ: НОВОЕ ИСКУССТВО

АГЕНТСТВО: LEO BURNETT (BELGRADE), КЛИЕНТ: JAFFA, ПРИЗЕР GOLDEN WATCH 2008

**01** > Рекламисты из Белграда не стали рассказывать о превосходном качестве крекеров, а создали арт-движение, назвав его крeкeризмoм

**02** > Главный призыв кампании: «Станьте крeкeриcтoм»

**03** > Крeкeриcтoм мoжeт cтaть кaждый. Рoлик-oдa, пocлaвляющaя вceх cущecтвующих крeкeриcтoв oт мaлa дo вeликa. Хвaлeбнaя пeснь былa cпeтa хoрoм нa мoтив кaнкaнa



Как простой крекер может изменить жизнь — спросите вы. Да очень просто! Нужно посмотреть на него не как на простую печенюшку, а как на полотно для написания художественных произведений. Вот тут самое интересное и начнется.

## Задача и креативное решение

Если на крекер положить кусочек сыра, ветчины, немного зелени и, например, половинку маслины для пикантности, то все это можно будет смело назвать произведением. И даже произведением искусства. А это значит, что человек, создавший такое произведение, автоматически становится художником.

Когда перед агентством Leo Burnett (Белград) была поставлена задача продать крекеры марки TAK, они не стали рассказывать об

их превосходном качестве, а создали популярное арт-движение, назвав его крeкeризмoм. Чем вам не «кулинарный сюрреализм»?

Как только родилась идея арт-движения, появилась и его философия: «Мы верим, что каждый может стать крeкeриcтoм. И для этого вам не надо посещать Академию художеств, выглядеть как Энди Уорхол, отрезать себе уши или страдать депрессией. Крекеры TAK существуют на земле, чтобы вдохновлять вас на создание вкусных шедевров каждый день».

Кампания стала проходить в виде продвижения нового направления в искусстве, призывая всех желающих присоединиться к нему.

В рамках кампании был создан 40-секундный ТВ-ролик, который делился на несколько частей, воспевая новое художественное направление в различных его проявлениях. Ода, прославляющая всех крeкeриcтoв oт мaлa дo вeликa, была cпeтa



04 > Палитра настоящего крекериста

05 > История крекеризма берет свое начало от пещерного искусства. Крекеризм расцветал в Древнем Египте, при Моисее и Тиберию. Видными крекеристами были Микеланджело, Пикассо и Брак

06—07 > Творение начинающего крекериста и шедевр с выставки

специальным хором, который внезапно появляется там, где очередной крекерист готовится создать свое творение: вот мать на кухне творит чудеса по украшению крекера, вот молодой человек в офисе тоже выкладывает картинку на печенье и даже маленькая девочка может создать свой шедевр. Тут и раздается ода, которая очень ритмично и вдохновляюще звучит на мотивчик канкана.

Можно сказать, что вся страна превратилась в галерею творений на крекерах! Leo Burnett организовали и арт-событие — двухдневную выставку в художественной галерее, где каждое произведение было накрыто стеклянным колпаком и снабжено табличкой. Тут были произведения в стиле сюрреализма и кубизма, реализма и романтизма, концептуализма и импрессионизма и так далее — как вы понимаете, подобное движение способно вобрать все художественные стили. На выставке было съедено множество творений, но это только укрепило худо-



жественное движение. На мероприятии выступал и вышеупомянутый хор, веселя собравшихся. Выставка имела успех и у публики, и у прессы — бесплатное освещение события было обеспечено.

На официальном сайте движения [www.krekerizam.com](http://www.krekerizam.com) можно прочесть манифест крекеризма, увидеть примеры крекеристских картин, обменяться рецептами и узнать много нового о классическом искусстве, в произведениях которого, оказывается, можно найти много крекеров.

## Результаты

Песни про крекеризм и само арт-движение стали хитами. Тысячи просмотров и сотни позитивных отзывов на кампанию появились в Интернете. Люди поддержали движение и стали сами творить крекеристские полотна.

За один месяц кампании продажи крекеров увеличились в два раза по сравнению с предыдущими шестью месяцами.

И главное достижение кампании в том, что новоиспеченные художники-крекеристы, в отличие от художников прошлого, никогда не будут страдать от голода.

## Ключ к идее

**Суть идеи:** создание нового арт-движения на базе рекламируемого продукта.

Также организация механизма, когда любой человек может принять участие в этом движении и погрузиться в его праздничную атмосферу.

**Источник идеи:** популярное искусство XX века. Идею могут подсказать постоянно возникающие конкурсы, выставки и перформансы в искусстве и модном дизайне.

## Тренировочные вопросы и рекомендации:

1. Что мог бы сделать с вашим продуктом Пикассо? Ван Гог? Дали? Малевич? А может быть, вам больше по вкусу Михаил Шемякин или Дамиан Херст? Выберите художника, который вас вдохновляет больше всего, и начните с него!
2. Придумайте выставку, в которой достаточно легко поучаствовать. Надо сразу представить себе событие и в художественной галерее, и в Интернете. И пусть участники обязательно получают призы!
3. Придумайте для своего арт-движения оригинальное название, манифест, яркие образцы (которые станут заменителем визуального identity). Не помешает также придумать гимн, уходящую корнями в глубь веков историю, биографии ведущих художников. ®