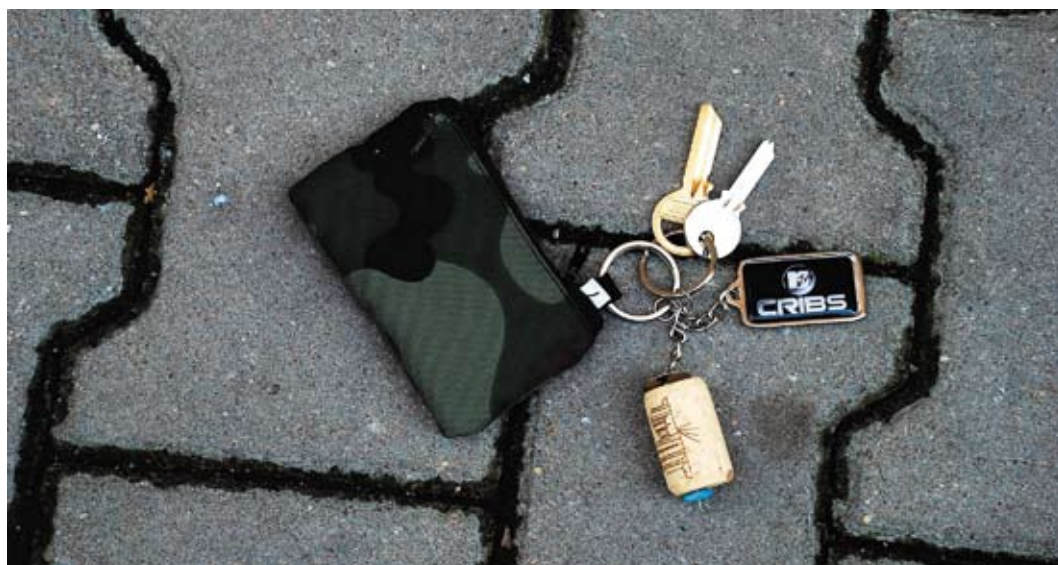


# MTV: КЛЮЧИ ОТ КВАРТИРЫ

АГЕНТСТВО: CHANGE INTEGRATED, ПРИЗ: ФИНАЛИСТ КАТЕГОРИИ MEDIA CAMPAIGNS, GOLDEN DRUM 2008

Владелец связки ключей с брелком в виде женской груди — самый сильный мужчина в мире Мариуш Пуджановский. Владелец второй связки, с винной пробкой, — популярный молодежный рок-певец Сидни Полак



Достаточно часто в качестве медиа используют якобы потерявшиеся кошельки или кредитные карты. В этой кампании по улицам раскидали связки ключей, но не простые, а от квартир знаменитостей.

## Задача

Программа MTV Cribs рассказывает о том, как живут звезды шоу-бизнеса, организует встречи с ними в их домах. Чтобы привлечь зрителей к этой передаче, нужно было провести малобюджетную, но запоминающуюся акцию в Польше.

## Креативное и медиарешение

Креативное решение родилось из самого содержания программы. Раз программа как бы приглашает подростков в дом их кумиров, то почему бы не сделать рекламоносителем ключи от квартир?

Ключи были сделаны таким образом, чтобы по ним можно было угадать владельца. В итоге были выбраны два реальных человека: первый — самый сильный мужчина в мире Мариуш Пуджановский. Он поляк,

**01** > Ключи были «потеряны» в местах, где любят тусоваться подростки: на площадях, в кафе, клубах  
**02—03** > О потере ключей также сообщали объявления, расклеенные на афишных тумбах и городских стенах  
**04—06** > Молодые люди находили ключи на улице и иногда прямо сразу звонили по указанному там номеру  
**07** > «Зайди на сайт [www.mtv.pl/cribs](http://www.mtv.pl/cribs), введи мой номер телефона, и ты попадешь ко мне в дом». На сайте можно было посмотреть видеофрагменты с участием звезды, не попавшие в телешоу

и поляки гордятся этим фактом. А также популярный молодежный рок-певец Сидни Полак. На ключи первого героя повесили брелочек в виде женской груди, а на вторую связку ключей — кармашек из ткани защитного цвета и винную пробку. К каждой связке ключей была прикреплена информация с телефоном звезды и просьбой сообщить о находке.

О потере ключей также сообщали объявления, расклеенные на городских стенах и афишных тумбах.

Все четыре тысячи подготовленных таким образом ключей были разбросаны по самым большим городам в Польше. В основном в местах, где любят тусоваться подростки: на площадях, в кафе, клубах.

Когда человек звонил по номеру, содержащемуся в записке, то слышал автоответчик с голосом кумира: «Привет, я не могу взять

сейчас трубку. Если вы нашли мои ключи, вы можете прийти ко мне в гости. Каждую среду в 18.30 на MTV в программе Crib's». Или: «Зайди на сайт... введи мой номер телефона, и ты попадешь ко мне в дом». На сайте выкладывались видеофайлы, не вошедшие в основную программу по ТВ.

### Результат

В ходе акции было «потеряно» четыре тысячи связок ключей, в результате чего поступило 4834 звонков. Интересно, что полиция нашла и вернула только три связки ключей. Результаты превзошли ожидания — кампания получила 120% откликов.

MTV Crib's попала в пятерку лучших передач MTV, и польская программа по популярности опередила свои общемировые аналоги. ®

