

ЛОНДОН ЗОВЕТ

В ПОНЕДЕЛЬНИК 16 НОЯБРЯ В ЛОНДОНСКОМ ОТЕЛЕ ROYAL LANCASTER СОСТОИТСЯ НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ XIII ЛОНДОНСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ РЕКЛАМЫ (LIAA). СЕГОДНЯ ЭТО ОДИН ИЗ САМЫХ ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ И ПОПУЛЯРНЫХ СМОТРОВ РЕКЛАМНОГО ТВОРЧЕСТВА, НА КОТОРЫЙ В ПРОШЛОМ ГОДУ БЫЛО ПРЕДСТАВЛЕНО 15 780 РАБОТ ИЗ 78 СТРАН.



Экспрессивный Джерри Фаррел:
«Реклама любит смелых!»
Фото А. Петрова,
журнал «Реклама и жизнь»

ВСЕ РАБОТЫ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ В ПЯТИ КАТЕГОРИЯХ:

1. Телевизионная/Кинореклама
2. Радиореклама
3. Печатная реклама
4. Интерактивная реклама
5. Дизайн упаковки

Фестивальный день начнется с творческого семинара, в котором примут участие крупнейшие мастера мировой рекламы, включая председателей жюри LIAA. В этом году, впервые, жюри возглавят два мэтра рекламы: Марцелло Серпа (Marcello Serpa), креативный директор агентства ALMAP/BBDO (Сан-Пауло, Бразилия), и Ричард Меллор (Richard Mellor), креативный директор агентства Hiperinteractive (Лондон, Великобритания). Оба обладатели коллекций престижных наград мирового уровня.

Необычность системы судейства на LIAA стала притчей во языцех. Каждый из 204 (!) членов жюри получает курьерской почтой все (!) работы фестиваля в виде слайдов, видео-, аудиокассет, пробных оттисков, образцов оригинальной упаковки. В течение нескольких недель работы оцениваются по качеству креатива, оригинальности, качеству исполнения. Интерактивные работы рассматриваются непосредственно в Интернете. Результаты судейства отсылаются в Лондон, там они сводятся в таблицы, на

основании которых Оргкомитет и председатели жюри LIAA определяют обладателей двух Grand Prix, победителей и финалистов в номинациях. На Лондонском фестивале нет призеров, в каждой номинации может быть лишь один победитель и до дюжины финалистов. Награда победителю LIAA — бронзовая статуэтка давно стала синонимом международного совершенства в рекламе.

Помимо призов и наград LIAA приносит своим победителям признание и популярность — результаты незамедлительно становятся достоянием мировых средств массовой информации, престижных каталогов, профессиональных изданий. Многие лидеры мирового рекламного творчества состоялись и «сделали себе имя», войдя в число победителей Лондонского фестиваля.

В 1997 году работы трех российских рекламных агентств («Аврора», «Медиа Артс», «Си-Про Продакшн») впервые вышли в финал фестиваля. Также впервые интересы LIAA в России и СНГ стал представлять рекламно-продюсерский центр «Си-Про Продакшн» (Москва), который организовал в Москве презентацию Лондонского международного фестиваля. О целях, задачах и амбициях фестиваля рассказала его вице-президент — очаровательная и динамичная г-жа Дэниел Сара Стерри. Мастер-класс «Смелость

в рекламном творчестве» провел член жюри фестиваля, креативный директор РА «The Leith» из Эдинбурга (Шотландия) г-н Джери Фаррел. Экспрессивность и неортодоксальность мастер-класса то повергали аудиторию в шок, то приводили в полный восторг. К примеру, рассказывая об особенностях восприятия рекламы на телевидении, когда не рекомендуется представлять в одном ролике больше одного преимущества рекламируемого продукта, г-н Фаррел бросил теннисный мяч женщине, сидевшей в первом ряду, попросив поймать его. Когда она это сделала, он бросил ей одновременно несколько мячей, и она, естественно, не смогла их поймать. «Подобным образом, — пояснил Джери Фаррел, — работает механизм восприятия рекламы у телезрителя. Уловить за короткое время демонстрации ролика более одного коммерческого довода невозможно. Создатели рекламы это хорошо знают. Судьба рекламного объявления в значительной степени зависит от результатов переговоров между рекламодателем, желающим всеми средствами и способами показать абсолютно все достоинства продукта, и директора группы по работе с клиентом, который обязан убедить его, что такой подход неэффективен».

ВЯЧЕСЛАВ ЧЕРНЯХОВСКИЙ