



Игра лазера на фронте Казанского собора в новогоднюю ночь (Санкт-Петербург)

ткань (не обязательно плотная). Облака тоже можно использовать как экран, но мощность установки для этого должна быть в 10 раз выше, чем у существующих. И строительство ее будет стоить сотни тысяч долларов. А пока на городских улицах граждан развлекают лазеры с мощностью, которая обеспечивает «дальнобойность» в пределах 300 м. Если вас вдохновили возможности лазера, не забудьте учесть некоторые моменты. Ролик для лазерной установки должен быть контрастным, состоять из крупных деталей. А лучшее время для его показа — сумерки.



Забавная «Маленькая газета» выполняет серьезную рекламную задачу — рекламирует большое издание «Весь бизнес»

ЛАЗЕР-РЕКЛАМИСТ

В один из первых январских дней 1998 года петербуржцы, оказавшиеся рядом с Казанским собором, могли наблюдать фантастическую картину. В вечерних сумерках на фронте собора появилась светящаяся точка, от которой побежали во все стороны яркие зеленые лучи, повторяя каменный рисунок. Лучи танцевали, становясь то короче, то длиннее, исчезая и догоняя друг друга. Прохожие останавливались, завороженные игрой света, и вертели головами в поисках его источника. А источник был скрыт на противоположной стороне Невского проспекта. Многие горожане так и остались в неведении, что же они видели. А видели они работу лазерной установки рекламного агентства «Лайн», построенной в мирных целях для создания масштабных световых эффектов. Современные системы управления лучом позволяют воспроизводить любую графику и мультипликационные ролики в любом месте, где есть хоть что-то, напоминающее экран, — щит, стена,

ВОЗВРАЩЕНИЕ ОТКРЫТКИ В РЕКЛАМУ

Стойки с художественно оформленными бесплатными открытками уже давно стали неперенным атрибутом ресторанов, баров и клубов в Европе. Приятно захватить с собой яркую необычную картинку — просто на память. Или для коллекции, в которой уже есть открытки из Хельсинки, Мюнхена, Амстердама... Коллекционирование рекламных и арт-открыток стало модным в Европе всего несколько лет назад. Недавно такие открытки появились в барах и клубах Петербурга. Созданием и распространением их занимается рекламное агентство «007». По данным агентства 80% посетителей баров и клубов берут бесплатные открытки, более половины из них обязательно показывают их кому-то еще. Большинство предпочитает юмористические сюжеты и считает открытку хорошим ненавязчивым видом рекламы.

САМАЯ МАЛЕНЬКАЯ ГАЗЕТА

Самое маленькое рекламное издание выпускается в Санкт-Петербурге. Оно умещается на ладони и называется «Маленькая газета». В газетке всего четыре полосы, содержание ее — поучительно-юмористическое, с анонсом самых интересных материалов на первой полосе. Распространяется бесплатно в местах скопления граждан с доходами выше средних. «МГ» — не причуда издателя, у нее вполне полезное назначение: она служит рекламной листовкой полноформатного бесплатного рекламного каталога «Весь бизнес». Благодаря «МГ», которая запоминается сразу и бесповоротно, каталог непрерывно прибавляет в популярности. В самой газетке тоже есть реклама — на последней полосе. На вопрос о преимуществах его издания перед другими редактор и издатель газеты Михаил Стрельцов обычно отвечает так: «В эту газету следку не заворачивают. В крайнем случае анчоусы».



Лазер позволяет показывать графику и простые рекламные ролики



Рекламные открытки — модное средство рекламы

