

МАРГАРИТА ВАСИЛЬЕВА

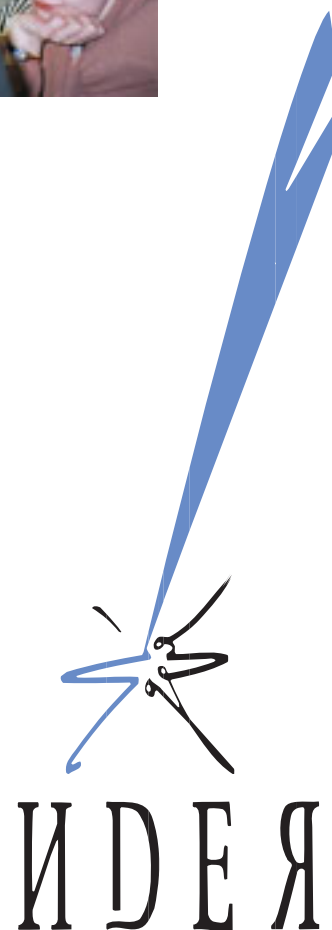
# ПРИШЛА ИДЕЯ

## — ЗАПИШИ!



АВТОРИТЕТНОЕ ЖЮРИ пристально вглядывается в телеэкран

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ МЕЛЕХОВ ОТ ФИЛЮРИНА? ОДИН ИЗ НИХ (КАЖЕТСЯ, МЕЛЕХОВ) НА ЦЕРЕМОНИИ ЗАКРЫТИЯ НОВОСИБИРСКОГО ФЕСТИВАЛЯ «ИДЕЯ-99» БЫЛ НЕ В СМОКИНГЕ С БАБОЧКОЙ, А В КОСТЮМЕ СТАЛТУСКОМ. ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ У НИХ ПОЧТИ СОВПАДАЕТ: ОБА ПАРНЯ БРАВЫЕ, ОБА — ХОРОШИ; ОРГАНИЗОВАЛИ ОДНО ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ В РОССИИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ С ОРИГИНАЛЬНЫМ НАЗВАНИЕМ «МЕЛЕХОВ И ФИЛЮРИН» И ОДИН ИЗ САМЫХ ПРИЛИЧНЫХ РОССИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ФЕСТИВАЛЕЙ «ИДЕЯ!». ЖАЛЬ, НОВОСИБИРСК ДАЛЕКО ОТ ПИТЕРА, А ТАК БЫ НЕ ГРЕХ ВСТРЕЧАТЬСЯ И ПОЧАЩЕ...



ДЕЛСИ  
КРУПНАЯ РЫБА



Эти щиты установлены по сторонам дороги, ведущей на комбинат.

1-е место в номинации «Печатная реклама» (РА «Анатольев и партнеры», Красноярск)

НОВОСИБИРСК—ГОРОДУДИВИТЕЛЬНЫЙ, но — приятно удивительный. Много разношерстной наружной рекламы, встречаются кафе с забавными названиями: «Жар-пицца» или «Чемпивон» (пивной бар со спортивным антуражем). И нет ничего страшного в том, что дают себя знать четыре часа разницы во времени и «минус шесть по Цельсию» в разгар апреля. Куда важнее добродушное народонаселение в норковых кепках и добротных драповых пальто, трогательно низкие цены на такси и фантастически четкая организация фестиваля. Уж не знаю, чья в том вина, но если церемония открытия была назначена на 11.00, то все и начиналось в 11.00; если в программе значился чей-нибудь мастер-класс, то он обязательно происходил в том виде, в котором и предполагался; а если бы вы знали, каким вниманием было окружено жюри! Вся формально-протокольная часть была продумана и отлажена; все прохладительные напитки охлаждены, а согревающие — подогреты; и было очень смешно смотреть, как девушки из оргкомитета перемещались по судейской комнате босиком. «Это чтобы стук каблучков жюри не отвлек!» — объяснила одна из них. Кстати, состав жюри формировался по «эпическому» принципу: туда вошли редакторы ведущих рекламных изданий России. В этом году в жюри председательствовал Иосиф Гольман, представляющий журнал

«Рекламные технологии». Ему помогли Андрей Надеин (Yes!), Александр Гребенников («Реклама и жизнь»), Ольга Лихина («Коммерсант»), Лев Шамыгин («Комсомолец»), Великий и Мудрый Игорь Ганжа (единственный не журналист и арт-директор РА «Пилот-Медиа»), а также от газеты «Рекламный мир» — крупный рекламный редактор Николай Попов, настолько крупный, что пристегнуться ремнем в самолете он не мог при всем своем желании. Все это способствовало мирному течению переговоров; легкие перебранки лишь подчеркивали важность процесса и ничуть не помешали сделать шорт-лист такой длины, что Филюрин схватился за голову: «Ничего себе шорт! Это же просто лонг-лист! Во что теперь превратится процедура награждения?»

Но с процедурой награждения ничего плохого не произошло, все было очень «идейно» и очень по-новосибирски: точно в срок, нарядно, добротнo и холодно (особенно в вечернем платье). На церемонию закрытия фестиваля пришел даже мэр Новосибирска, которому неугомонный Ганжа со сцены отвесил весьма витиеватый комплимент, суть которого сводилась к тому, что «даже в Москве нет мэров, которые бы честно признались, что ничего не понимают в рекламе, а вот в Новосибирске есть!» Мэр был явно польщен.

Однако «не только форма, но и суть любви прокладывает путь»; а суть

любого фестиваля — это конкурсные работы. И хоть состав их был весьма неоднороден, кое-что явно заслуживало внимания! Скажем, на конкурс печатной рекламы был представлен чрезвычайно интересный биллборд «Крупная рыба Делси» (РА «Анатольев и партнеры», Красноярск). Собственно, щитов было два, и располагались они по разные стороны магистрали таким образом, что один как бы являлся продолжением другого. На левом щите была изображена голова громадной форели, на правом — ее хвост, а воображение путника легко дорисовывало все остальное. Неудивительно, что эта работа стала победителем в номинации «Печатная реклама».

Очень лаконично и симпатично выглядели и плакаты из серии «КоммуниКАБЕЛЬНАЯ компания» (ЗФ «Аль Мадани Недда», Киев): кабелечки-проводочки, подкрепленные нехитрой игрой слов, — и про товар напоминают, и настроение не портят. Вполне заслуженное II место!

Запомнились и смешные саморекламные календари, придуманные в РА «Мелехов и Филюрин». Создатели продемонстрировали блестящую пальцевую технику и несомненное чувство юмора; в итоге затраты на съемку были близки к нулю, а эффект превзошел все ожидания: публика во что бы то ни стало хотела получить эту своеобразную инструкцию с иллюстрациями. Скажем, пальцы, сложенные в кукиш, сопровождалась



**ДЕЛСИ**  
КРУПНАЯ РЫБА



комментарием: «Во время переговоров используйте красноречивые аргументы», а забинтованный палец лишний раз напоминал: «Заказчику палец в рот не клади!» (шорт-лист).

В номинации «Аудиореклама» ничего эпохального не прозвучало, однако любопытные ролики все-таки были. Ну как не умилиться, услышав сообщение: «Наши цены не кусаются, они еще маленькие» в сопровождении трогательного щенячьего тявканья (шорт-лист, РА «Студия

«Ключ»), Красноярск)! А вот в рекламе парикмахерского салона «Элита» (III место, РА «Рекорд-студия Игоря Мельникова», Саратов) умилиться было нечему, там царил черный юмор:

«У Марии-Антуанетты были проблемы с головой» (вскрик — и стук падающего предмета).

«У Марии Стюарт тоже были проблемы с головой» (вскрик — и стук другого падающего предмета).

Разве это элита?

«А у Марии Петровны проблем с головой не было...»

Драматические нотки прослушивались и в тексте ролика-победителя, выполненного в жанре самодетельной подзаборной песни:

Когда твоя девчонка, например,  
В кино ушла с другими пацанами,  
Мороженое «Улыбка»

фирмы «Гулливер»

Тебя согреет алыми губами!

Цветы, улыбка и солнышко от «КоммуниКАБЕЛЬной компании» вызывают хорошие чувства.  
2-е место в номинации «Печатная реклама» (РА «Аль Мадани Недда», Киев)







Самая лучшая сгущенка — всегда из военных запасов! Ностальгически-романтическое настроение и модный современный дизайн упаковки понравятся и старшему поколению и молодежи. Эта простая и сильная работа РА «Анатолев и партнеры» (Красноярск) завоевала «Гран-при» фестиваля

Спецприз за комплексную рекламную кампанию получила работа «Филимоново – столица молока». В одном ключе была сделана упаковка для молока различной жирности (в том числе для оригинального «Новогоднего молока»), анимационная видеореклама, плакаты. РА «Медиафабрика» (Красноярск)



Шорт-лист в номинации «Газетная реклама» (работа РА «Петра», Новосибирск)

Финальный слоган звучал не менее пикантно: «Мороженое «Улыбка»: холодные гланды, горячие губы!» (РА «Радио-Юнитон», Новосибирск). А второе место в этой номинации занял ролик про презерватив (РА «Радио-Фил», Одесса). Якобы детский голос читал якобы загадочное и очень длинное стихотворение про «друга и защитника» в жанре якобы социальной рекламы. Да уж, нравятся презервативы рекламистам! Не знаю, как там с повышением объема продаж, но ни один фестиваль не обходится без высокохудожественного воспеания

этих предметов личной гигиены... Хорошо хоть в видеорекламе презервативов не показывали! Там первое место занял ролик про бизнесмена, болтающего в телефонной будке, и про нетерпеливую очередь других бизнесменов в ту же будку... И все бы ничего, да только вся эта компашка была с трубками GSM, а в будку они прятались как в футляр для того, чтобы наговориться по мобильнику без помех (РА «Автор», Оренбург). ...А еще была неплохая анимация. Например, в рекламе магазина строительных товаров «COM» (РГ «Мелихов

и Филюрин», Новосибирск). Уровень исполнения отвечал и соответствовал, строительные товары в виде различных рыбок смотрелись просто замечательно (представьте себе стаю кафельных плиток, до слез напоминающих камбалу), и раздавался лихой закадровый текст:

...Рыба-кран, и — вот те раз! — Здравьете, рыба-унитаз!

Но «COM» — всего лишь финалист, а вот серия анимационных роликов «Томское пиво» (РА ТРК «ТВ-2», Томск)



«...Рыба-кран, и вот те раз — здравьте, рыба-унитаз!» — поется в рекламном ролике магазина строительных материалов «Сом». Шорт-лист фестиваля (РГ «Мелехов и Филлорин», Новосибирск)

заняла III место. В них были отражены свободные фантазии на тему «Исторические личности и пиво»: «Антон Павлович Чехов, бывало, ходит по Томску и ворчит: «Ничего-то у вас светлого нет, кроме университета!» А зря! Пять сортов светлого пива уже выпускали в Томске...»

Серебряным призером стал малобюджетный ролик некоей турфирмы (работа РА «ИгРек», Екатеринбург), который сводился к тому, что парень с дорожными сумками выпрыгивал из «кукурузника» и на вопрос: «Париж видел?», злобно отвечал: «Зато дешево!»

В общем: «Летайте кукурузниками нашей турфирмы!»

Но зато как славно прозвучала авиационная тема в другой фестивальной работе — «Н.З. № 1», «Н.З. № 5», «Н.З. № 6». Название навеивает романтичко-ностальгические воспоминания; упаковка хороша и по замыслу, и по исполнению; а логичное цветовое решение помогает покупателю легко понять, что за продукт находится в каждой из банок. Гармония, достойная «Гран-при»! (Работа РА «Анатольев и партнеры», Красноярск.)

Кстати, о гармонии: участникам «Идеи!» были вручены ритуальные авторучки с призывом: «Пришла идея — запиши!», и ритуальные чашки с пожеланием: «Утоли жажду творчества!» А ведь надпись из серии: «Пришла идея — закуси!» в данном случае была бы более уместной. И тут дело только в стилевом единстве.

У кого из нас не кружилась голова от пьянящего вкуса рекламных открытий? Кто не знаком с похмельем творческих разочарований? А на бескрайних просторах региональной рекламы эти чувства проявляются не менее остро, но более искренне — и правильно делают!..



Оказывается, что мужики с мобильными телефонами стоят в очередь в телефонную будку. 1-е место в номинации «Видеореклама» (РА «Автор», Оренбург)

**ЕСЛИ ВЫ ЗНАЕТЕ**  
О ЧЕМ БЕСЕДОВАЛИ ЭТИ ГРАЖДАНЕ В ЧЕТЫРЕ ЧАСА УТРА ПОД ВАШИМИ ОКНАМИ, ТО ВАМ ПОРА УСТАНОВИТЬ

**ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА К.Б.Е.**

УСТАНОВИТЕ У СЕБЯ ДОМА ИЛИ В ОФИСЕ ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА, И ОТОПЛЕННЫЕ ИЗ МАТЕРИАЛОВ И ПО ТЕХНОЛОГИИ ЛУЧШЕГО ЕВРОПЕЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ — ФОРМА «КВЕ». ВЫ БУДЕТЕ НАДЕЖНО ЗАЩИЩЕНЫ ОТ ВНЕШНЕГО ШУМА, ПЫЛИ И ИЗМЕНЕНИЙ ПОГОДЫ.

В ОФИСЕ «ЖАЛЮЗИ» ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПЛАСТИКОВЫХ ОКОН «КВЕ» ЛЮБОГО ДИЗАЙНА И БЕЗОПАСНОСТИ САЛОНА «ЖАЛЮЗИ» ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА. УСТАНОВИТЕ ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА «КВЕ» У ВАС ДОМА ИЛИ В ОФИСЕ. ГИБКАЯ СИСТЕМА СКРОК.

**КВЕ**

УЛИЦА ГОРЬКОГО, 54. ТЕЛЕФОНЫ 23-63-08, 23-63-30

**ЖАЛЮЗИ**

2-е место в номинации «Газетная реклама» (работа РГ «Мелехов и Филлорин», Новосибирск)

**ΔΕΛΦΙ**

1-е место в номинации «Товарный знак и фирменный стиль» (работа РГ «Мелехов и Филлорин», Новосибирск)