

АНДРЕЙ НАДЕИН

«ФОРМУЛА РЕКЛАМЫ»



ПО-КИЕВСКИ



ОГРОМНЫЙ КРАСНЫЙ ТИРАННОЗАВР ВСТРЕЧАЕТ ВАС НА ПЛОЩАДИ ПЕРЕД КИЕВСКИМ ДВОРЦОМ СПОРТА. «ДРАКОН КРАСНОГО ЦВЕТА — ПРИМЕТНЫЙ И ЧУТОЧКУ АГРЕССИВНЫЙ, ТАКОЙ, КАКОЙ И ДОЛЖНА БЫТЬ РЕКЛАМА... ОН НЕ ПОКАЗЫВАЕТ ЗУБЫ, А УЛЬБАЕТСЯ», — ГОВОРЯТ УКРАИНСКИЕ РЕКЛАМИСТЫ.

ДРАКОН — СИМВОЛ ВЫСТАВКИ «REX'99». РЕКЛАМА НА УКРАИНЕ РАСТЕТ — ЗА ТРИ ГОДА ПРОВЕДЕНИЯ ВЫСТАВКИ ЧИСЛО ЕЕ УЧАСТНИКОВ УТРОИЛОСЬ. В РАМКАХ ВЫСТАВКИ «REX» В ПЕРВЫЙ РАЗ ПРОХОДИЛ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС «ФОРМУЛА РЕКЛАМЫ», ОРГАНИЗОВАННЫЙ ВСЕУКРАИНСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КОАЛИЦИЕЙ.

КОНТАКТ: E-MAIL: FORMULA@DIALLA.COM, ИНТЕРНЕТ: WWW.REX.COM.UA.



РЕДАКЦИЯ YES! ПРОВЕЛА ПРЕЗЕНТАЦИЮ журнала и креативный семинар (на котором подписные буклеты журнала расхватили, как горячие пирожки), успела пожурить вместе с московскими коллегами из журнала «Реклама» и ММФР, по достоинству оценила украинское гостеприимство (ах, эти котлеты по-киевски!), и вволю нагулялась по золоченому утренней зарей Андреевскому спуску, вполне европейскому Крещатику, тихим дорожкам Софии Киевской.

Однако работ на конкурсе было мало, а приличных — исчезающе мало. Низкая квалификация специалистов — одна из проблем украинского рынка рекламы. Кризис 1998 года выплеснул на рекламный рынок дешевые рекламные услуги, при этом настоящих специалистов не хватает.

Рекламному рынку необходима служба контроля за тиражами газет, которые завываются. Но рынок — часть природы, и движется он уверенно в нужную сторону, жадно впитывая технологии брэндинга, сейлс-промоушн, директ-маркетинга (что заметно и по статьям в журналах и по интересу к соответствующим стендам на выставке).

Жюри конкурса было поставлено перед трудной задачей выбора лучших работ. Мы отметим лишь те работы, которые запомнились.

Выбор прессы и выбор зрителей совпали — высшую оценку получила серия работ «Компьютерное пиратство в Украине преследуется законом» (РА «Диалла комьюникейшнз, Инк.»), занявшая 1-е и 3-е места на официальном конкурсе.

Второе место заняли постеры «Амери-

канская химчистка кожи» (РА «Диалла комьюникейшнз, Инк.»).

«Гран-при» в конкурсе «Видео» получил рекламный ролик магазина строительных товаров (РА В.І.Т.А). Ролик называется «В осаде» и пародирует боевики про террористов — здание окружено полицией, потому что мужчины никак не могут покинуть двухэтажный «строительный рай».

Запомнился необычный директ-мейл: черепаха в ящике с наклейкой «Добавь ускорения своей связи» доставлялась в офисы вместе с листовкой телекоммуникационной фирмы (РА ARK Thompson).

Украинская реклама тяготеет к юмору, национальному колориту, внимательна к языку... Валерий Пекар, президент компании «Евроиндекс», организовавшей фестиваль, рассказал случай с рекламой телекоммуника-



Эти работы РА “Диалла комьюникейшнз, Инк.” уже отмечены призом на фестивале «Приз Прессы» в Санкт-Петербурге. 1-е и 3-е места в конкурсе «Принт»



Рекламный постер марки молока. Видеореклама из этой же кампании получила 1-е место. Работа Leo Burnett Ukraina



Эта черепаха в ящике с наклейкой "Добавь ускорения своей связи" доставлялась в офисы вместе с листовкой телекоммуникационной фирмы. Работа РА ARK Thompson



Второе место в конкурсе «Принт». Работа РА "Диалла комьюникейшнз, Инк."

Этот плакат не был представлен на конкурс. Но именно он запомнился больше всего. Работа фотографа Игоря Гайдая, «Гайдай Студио»



“Гран-при” фестиваля (РА В.І.Т.А) получила пародия на боевик. Спецназ, мегафоны, голос диктора: «Прошли уже сутки с тех пор как в строительном универмагу “Вильнюс” заперлись...» Голос жены: “Коля, если ты меня слышишь, выходи!” А внутри – обалдевшие мужчины, у которых нет сил расстаться с таким изобилием строительных товаров и материалов

Этот трогательный ролик **мебельного магазина** не получил приза



ции. Заранее прошу извинить за неточности в написании, но суть дела это не меняет. На плакате был изображен человек с повязкой на глазах и стояла подпись: «Доверяю с закрытыми глазами». Но беда-то в том, что «закрыть» на украинском — значит закрыть насильно. Хотели бы вы, чтобы вам насильно завязали глаза и сказали «покупай!»? А если добровольно, надо было бы писать: «Доверяю с заплющенными глазами». Естественно, неграмотная реклама вызвала негативную реакцию.

На киевских улицах мало хорошей рекламы. Зато как сладостно играет парижские мелодии аккордеонист в подземном переходе!.. Как волшебно блестит луна, отражаясь в ночном Днепре... И лучше всех постеров — бронзовая мемориальная доска с портретом молодого Булгакова.



Радости туземцев не было предела, когда **загадочный предмет** запищал!

Еще одна колоритная работа «Гайдай Студио»