

Анастасия ВЕРБИШКАЯ

Vadoit Rouge: газировка в красной бутылке

Рекламодаватель: Danone Eaux France

Агентство: BETC Euro RSCG

Категория: продукты питания и напитки

Необычная упаковка и грамотно выстроенная креативная стратегия газированной воды Vadoit от Danone позволили марке успешно выйти на французский рынок, несмотря на сильного конкурента — знаменитую воду Perrier.



▲ Для сильногазированной воды выбрали бутылку красного цвета

Маркетинговая ситуация и цели кампании

Марка Vadoit Vert («зеленая» Vadoit) от Danone прочно удерживала позицию лидера рынка в сегменте умеренно газированной воды.

Однако в конце 2003 года Danone столкнулась с тем, что вкусы потребителей изменились: теперь в почете оказались более газированные напитки. Поэтому Danone решила создать еще одну марку — сильно газированной воды.

Для ее вывода следовало сконцентрироваться на двух задачах. Во-первых, бросить вызов прямому конкуренту — Perrier, занимавшему этот сегмент рынка уже давно. А во-вторых, не допустить ослабления позиций уже существующей и успешной марки Vadoit Vert.

Креативная и медиастратегия

Первый шаг кампании — необычная упаковка. Для сильно газированной воды была выбрана бутылка красного цвета, символизирующая энергию. Новой марке было дано соответствующее имя — Vadoit Rouge («Красная Vadoit»).

При разработке креативной стратегии и рекламного видеоролика перед агентством BETC Euro RSCG стояли следующие задачи:

- не допустить сравнения новой марки с уже существующей Vadoit Vert, что могло бы негативно сказаться на позициях последней;
- сделать акцент не на красном цвете бутылки, а на сильной газированности — главном свойстве продукта.

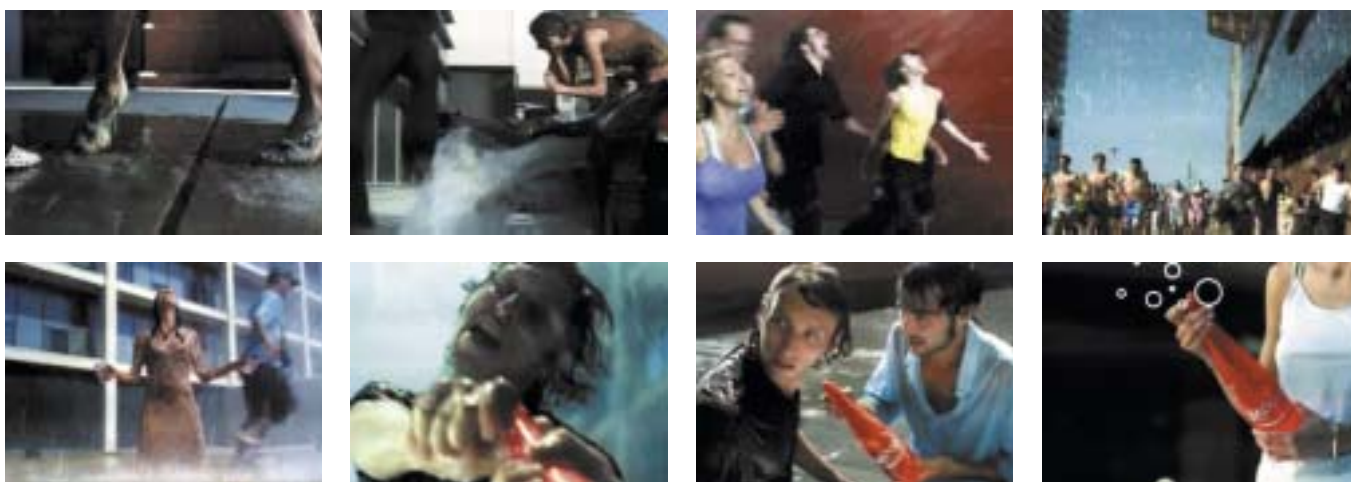
Именно этому свойству и посвящен сюжет ролика. Молодая женщина открывает бутылку посреди многолюдной улицы, и в ее сторону сразу же устремляется поток людей. Все хотят поймать брызги фонтана, вылетающего из бутылки, — такой грандиозный эффект производит открытие воды Vadoit Rouge. В центре внимания все время находится вода, которая бьет ключом отовсюду, хлещет из открытых дверей автомобилей, превращается в дождь. Ее мощная энергия передается людям. Ролик говорит: открой бутылочку — и сразу окажешься под тонизирующим душем в жаркий день!

Рекламисты совершили предельный переход за грань здравого смысла, фактически показав метафору того, что газированная вода освежает. Они откинули все ограничения и благодаря этому достигли значительного эмоционального эффекта.

Рекламный бюджет кампании разделился на три части, каждый из которых обслуживал свой этап:

1. Мощная радиокампания (3 миллиона евро).
2. Акции в кафе, булочных и маленьких продуктовых магазинах Парижа.
3. И наконец, широкомасштабная ТВ-волна (2,9 миллиона евро).

Метафора воды



При этом реклама Badoit Vert с апреля 2004 года на экранах полностью отсутствовала, чтобы дать новой марке Badoit Rouge все шансы прочно утвердиться в сознании целевой аудитории.

Результаты

Успех новой марки можно было почувствовать уже с начала кампании, когда ее продажи стали расти в геометрической прогрессии.

В конце кампании (конец августа) устанавливается стабильная доля рынка Badoit Rouge 3,1 % против 2,6 % у Perrier.

Окончательной победой стало то, что новая марка практически не повлияла на позиции уже существующей Badoit Vert (всего 18 % объема продаж новой марки были осуществлены за счет снижения продаж старой).

В сентябре 2004 года Badoit Rouge выбрана «продуктом года» по результатам опроса десяти тысяч семей.

▲ Как только кто-то открывает бутылку красной Badoit, всех окатывает ливнем воды. Вода хлещет даже из открытых дверей автомобилей. Но в жаркий день это очень приятно, поэтому люди стараются бегать по улицам города, чтобы присутствовать при как можно большем открытии бутылок

Мы Создаем Традиции

МНОГОПРОФИЛЬНАЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ТИПОГРАФИЯ

Основана в 1989 году

- **Цифровая печать**
- **Офсетная цветопроба и офсетная печать малыми тиражами**
до 100 печатных листов на различных материалах толщиной до 3 мм.
Максимальный формат 600x800 мм
- **Офсетная печать на оборудовании Komori и Heidelberg**
Максимальный формат 490x700 мм
- **Трафаретная печать**
Максимальный формат 500x700 мм

- **Послепечатная обработка**
Трафаретное UV-лакирование
Вырубка любой сложности
Тиснение, конгрев, блинцовое тиснение
Автоматический листопогбор
Термоклеевое скрепление
Автоматическая фальцовка
Брошюровка на скрепку и пружину
Ламинирование, формат B2
- **Дизайн-студия**
- **Пре-пресс**
Верстка, формировка и спуск полос
Цветокоррекция
Корректура
Запись PS-файлов
Подготовка штампов и клише
Фотовывод

www.mst.spb.ru

199048, Санкт-Петербург, В.О., 10-я линия, г. 57; тел./факс: 325-25-36(37), 325-15-36(37)