



В прошлом году рекламщики разных стран удивляли мир своими креативными идеями. Некоторые из рекламных компаний даже вошли в Книгу рекордов Гиннеса.

Рекордное время

Самый длинный рекламный ролик был показан на британском телеканале Information TV. Он продолжался 24 часа и рассказывал о новом статусе города Ливерпуля, выбранного на этот год европейской культурной столицей. Трансляция этого видео началась в полночь 31 декабря и продолжалась до полуночи 1 января. Это стало возможным благодаря подписанию соглашения о сотрудничестве телеканала с мэрией Ливерпуля. В истории рекламы это первый случай, когда реклама длилась целые сутки, а рекламировался только один продукт - город Ливерпуль, сообщает газета The Liverpool Daily Post. Рекордный баннер

Самый большой рекламный баннер придумала британская компания Ad-Air, сообщила газета The Financial Express. Компания выступила с необычной инициативой - предложила компаниям размещать свою рекламу на гигантских билбордах, расположенных горизонтально к земле вблизи крупнейших аэропортов мира. Таким образом, пассажиры, летящие в самолете, могут увидеть рекламу через иллюминатор. Первый гигантский рекламный щит, установленный компанией недалеко от международного аэропорта в Дубаи, сразу попал в Книгу рекордов Гиннеса.

Также планируется установка щитов-гигантов близ аэропортов в Париже, Лос-Анджелесе, Атланте, Чикаго, Рияде, Пекине, Токио, Сеуле.

Самый дорогой бренд

Coca-Cola назван самым дорогим брендом мира в 2007 году. Его стоимость оценивается в 65 миллиардов долларов. Примечательно, что компания занимает лидирующие позиции в данном рейтинге уже седьмой год подряд, пишет The Guardian.

В пятерку лидеров входят также Microsoft, IBM, GE и Intel. Быстрее всего растет стоимость бренда у поискового гиганта Google, а именно - 44% за год, благодаря чему компании удалось подняться в рейтинге с 24-го места на 20-е. Рейтинг составил журнал Business Week совместно с маркетинговым агентством Interbrand.

Впервые: реклама для собак

Агентство Vizeum, входящее в состав Aegris Group plc, одной из крупнейших независимых медиагрупп в мире, разработало рекламный ролик, предназначенный специально для собак. Компания 20th Century Fox поставила перед агентством задачу создать трейлер, ориентированный на собак, для того чтобы привлечь всеобщее внимание к новому фильму компании "Пожарный пес". С этой целью в рекламу фильма была вмонтирована высокочастотная звуковая вставка, неулавливаемая ухом человека, но привлекающая внимание домашнего питомца к телевизору