

Școala ADC*RO

Portofoliu

Cristina Sztoika

București
2008

1. Prăjiturelele Dulcissimo - Print

Idee

Sunt unele lucruri pe care bărbații nu le înțeleg la o femeie: de ce dă atâția bani pe pantofi? la ce îi trebuie atâtea geți? cum de rezistă să se epileze cu ceară pe picioare, iar pe de altă parte țipă și le e frică de un amărât de gândac de bucătărie?

Execuție



Dulcissimo
strict feminin

- 499 ron
Exista lucruri pe care barbatii nu le vor intelege niciodata.

Ca de exemplu cum de putem noi, femeile, sa dam 499 ron pe o pereche de pantofi, sau de ce ne plac atat de mult prajiturelele si ciocolata.



3. Grădina Botanică din București - Radio

Idee

Trăind în marele oraș, omul s-a îndepărtat atât de mult de natură încât nici nu mai știe să o recunoască.

Script

Fundal sonor: natură, foșnet de frunze, păsări, adiere de vânt

Cucul: “Cu-cu!”

Bărbat: “Mdeaaa!”

Cucul: “Cu-cu!”

Bărbat: “Da, băi!”

etc.etc. Bărbatul devine din ce în ce mai agitat și mai contrariat. Se aude cum scoate mobilul și formează un număr de telefon.

Nevasta: “Da, Cucule!”

Bărbat (pe un ton șoptit, plângăcios): “Dană, e unu’ aici care-și bate joc de mine...”

VO: “Reintegrarea omului în natură. O campanie marca Grădina Botanică.”

4. Mints-urile Smint White - Poster

Idee

Cu Smint White, dinții îți vor străluci atât de tare, încât vei face lumină cu ei.

Execuție

Ascuns sub pătură, un adolescent citește fericit reviste porno la lumina dinților.



5. Încuietoarea Yale – Outdoor

Idee

Încuietoarea Yale este atât de sigură, încât, în comparație cu ea, toate celelalte încuietori, chei sau sisteme de închidere par o joacă.

Execuție

A. Panouri outdoor – afișaj stradal, în stațiile de autobuz, pe autobuze



B. Afişaj 3D



6. Starul Romeo Fantastick - neconvențional

A. Idee

Vino la concert, gagicarule, și noi îți aducem cele mai tari femei.

Titlul albumului – Gatica visurilor mele

Melodii:

1. Gatica visurilor mele
2. Cu bikini de dantelă
3. Cum te pun, așa să stai
4. Două țâțe jucăușe
5. Hai să te fuck
6. 23 cm
7. Gagicar până la moarte
8. Pizmoasa
9. Șapte numere pe noapte
10. Gatica visurilor mele (remix)

B. Evenimente pre-concert

Campanie „Dă manea mai tare și vino să vezi cele mai tari femei” - campanie în trafic și prin cartiere. Caravana Romeo Fantastick se va plimba prin oraș, iar promoterițele vor împărți **obiecte promoționale** și **invitații la concert** șoferilor sau locatarilor care ascultă manele. Promoterițele vor fi niște tinere foarte frumoase, îmbrăcate provocator și le vor explica șoferilor că dacă vin la concert, se vor întâlni cu și mai multe femei frumoase și vor avea parte de și mai multe surprize.

Invitații la concert

Invitațiile la concert se vor da sub formă de cd audio – acesta va conține trei track-uri, dintre care primul este invitația propriu-zisă („**Hai, frate, la concertul de lansare a noului meu album să vezi ce n-a văzut Parisu: fete, bikini, țâțe și fuste scurte! Vino s-o vezi pe fata visurilor tale și să te combini la cea mai mare distracție!**”), iar celelalte două sunt melodii de pe noul album al lui Romeo Fantastick.

Obiecte promoționale

- **bikini** inscripționați cu diferite mesaje („Femeia visurilor mele”, „Pizmoasa”, „Fudula”, „Gatica cea mai tare”) și numele Romeo Fantastick
- **brelocuri** sau **obiecte de agățat la oglinda de la mașină** inscripționate cu diferite mesaje („Cel mai mare gagicar”, „Hai să te fuck!”, „Șapte numere pe noapte”, „23 cm”)

C. Concertul de lansare

Organizat la Sala Palatului, concertul Femeia visurilor mele va fi un adevărat spectacol pentru ochiul lacom al privitorului:

- **animatoare** sumar(semi)-dezbrăcate pe scenă și printre rândurile de spectatori;
- **cântece** mai vechi și mai noi ale artistului Romeo Fantastick, **remix-uri** și **duete** cu staruri consacrate;
- **cadouri pentru public** - baloane aruncate de la balcon, în fiecare balon fiind câte un obiect promoțional (un breloc, bikini de dantelă, mini calendar porno de mașină)
- **sesiune de autografe** cu Romeo Fantastick și posibilitatea de a **achiziționa albumul**
- după concert, cei din public vor putea face **fotografii cu animatoarele.**

7. Automobilul Smart for two - Online

Idee

Cu Smart ajungi mai repede.

Site-ul www.smart42.ro conține o hartă interactivă a Bucureștiului și un motor de căutare care îți configurează drumul cel mai scurt de la un punct X la un punct Y.

Execuții

A. Bannere online (animate) – dând click pe ele, utilizatorul e direcționat pe site-ul www.smart42.ro



B. Pop-up „La volan”

- un pop-up pe site-uri care îi au ca target pe tinerii high-education (catavencu.ro, businessmagazin.ro, esquire.ro etc)
- pop-up-ul arată ca un interior de mașină Smart42, ca și când ai fi la volan. Se vede bordul cu tot felul de butoane și leduri. Volanul se rotește și el în funcție de mișcările mouse-ului.
- dând click ești direcționat spre www.smart42.ro

C. Site-ul www.smart42.ro

- o **hartă interactivă CU SMART AJUNGI MAI REPEDE** a Bucureștiului
- un **motor de căutare** care „cunoaște” zonele aglomerate din oraș și care, în funcție de ora din zi și de aglomerație, configurează cel mai rapid drum între două locații X-Z introduse de utilizator.
- pentru a putea efectua căutarea, utilizatorii trebuie să fie **înregistrați (cont, user name, parolă)**.
- **concurs:** din lista de utilizatori este extras în fiecare zi câte un câștigător care primești un Smart42 Drive Test pentru ziua respectivă.

8. Cafeaua Armstrong – Campanie Print

Idee

Armstrong este pentru cei care sunt foarte somnoroși, morocănoși și adormiți dimineața și nu pot să se dezmeticească singuri.

Execuții



Sunt **unii**
care **nu trebuie**
sa se trezeasca
dimineata devreme
pentru a merge la serviciu.
Pentru noi toti **ceilalti**
exista
cafeaua Armstrong.



Sunt **unii** care
se trezesc **USOR**
dimineata devreme.
Pentru noi toti
ceilalti exista
cafeaua **Armstrong.**



9. Laptele UHT – Tetrapak – campanie tv

Idee

În timp ce alte lucruri din jur se pot schimba, laptele UHT rămâne la fel și nu se strică.

Script

În cadrul campaniei vor fi difuzate trei spoturi identice ca script, însă diferite prin personajul care apare în ele.

Ideea este de a poza în fiecare zi, vreme de 6-7 luni, o persoană (un bebeluș, un tânăr de 20 de ani, o gravidă). De fiecare dată, poza va fi făcută exact în același loc din casă și cu același decor. La montaj pozele vor fi puse una după alta ca într-un filmuleț, astfel încât să se vadă schimbările suferite de personaje (bebelușul crește, tânărul își lasă barbă sau plete, iar apoi apare chel etc, iar gravida se îngrașă și îi crește burtica).

Rezultă de aici trei spoturi animate, la sfârșitul cărora este inclus și VO: „În câteva luni te poți schimba foarte mult. Însă laptele UHT rămâne la fel.”

Lapte UHT – duuuuuuuurează!

10. Shared car – Campanie integrată

Idee

Să mergi singur în mașină = suuuuper plictiseală. Așa că mai bine ia-ți prietenii/vecinii/colegii cu tine când plecați înspre serviciu/facultate/oraș.

Scripturi TV

1. O tipă singură în mașină. Se plictisește și începe să vorbească singură, pe două voci, una mai groasă și alta mai subțire:

Vocea groasă: „Și ce vrei să faci astăzi, dom’șoara?”

Vocea subțire: „Astăzi o să-i fac ochi dulci tipului de la IT”

Vocea groasă: „Ăsta e tipul ăla care se tot dă pe lângă șefa ta, nu?”

Vocea subțire: „Ba deloc! De fapt pe mine mă vrea!”

etc.etc.

VO: „De unul singur, drumul e plictisitor. Ia-ți prietenii cu tine când pleci cu mașina!”

Aceeași mașină, aceeași șoferiță, doar că în mașină sunt și prietenele ei. Râd, bîrfesc, analizează, se înroșesc și pun la cale strategia perfectă de cucerire. VO: „Shared car – împotriva plictiselii”

2. Un tip singur în mașină se plictisește prins în trafic. Are o față abătută, privește fix în față și ține mâinile pe volan. Pe fundal se aude zgomotul de trafic. La un moment dat, tipul ridică din suportul de mașină un pahar de Cola de la Mc și soarbe din pai ultimele picături de suc: „Ussssfrssssssssssss” (sunetul specific al ultimelor picături sorbite dintr-un pahar).

VO: „De unul singur, drumul e plictisitor. Ia-ți prietenii cu tine când pleci cu mașina!”. Aceeași mașină, același șofer, doar că în jur sunt alți trei prieteni. Râd, glumesc, agitație și voie bună. VO: „Shared car – Împotriva plictiselii”

3. Un tip în mașină se plictisește de unul singur. Începe să se joace la mobil și nu vede că să face verde, iar mașinile din spate încep să-l claxoneze. Tipul se sperie și scapă mobilul pe geamul deschis. VO: „De unul singur, drumul e plictisitor. Ia-ți prietenii cu tine când pleci cu mașina!”

Aceeași mașină, tipul e acum înconjurat de prieteni. Râd, glumesc și se distrează. VO: „Shared car – Împotriva plictiselii”

Script Radio

O tipă care vorbește singură în mașină: „10 la puterea a doua – 100..... 11 la a doua 121... 12 la a doua 144... 13... 13... ah... ”

VO: „De unul singur, drumul e plictisitor. Ia-ți prietenii cu tine când pleci cu mașina. Shared car – împotriva plictiselii”

Neconvențional

- **Huse de mașini și parasolare inscripționate** cu „Azi am plecat cu mașina lui vecinului ” sau „Azi am plecat cu mașina tipei de la trei” sau „Azi am plecat cu șeful cu mașina lui.”
- **jucării anti-stres** (mingiuțe, cuburi rubik etc) împărțite de promotori în trafic, șoferilor singuri în mașină. Pe jucării este inscripționat mesajul: „Te plictisești de unul singur? Data viitoare ia-ți și prietenii cu tine când pleci cu mașina”