

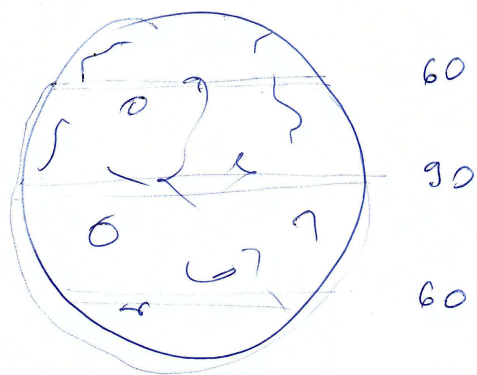
Portofoliu ADC

Iulian Burcescu

PRINT

Dulcissimo

Cine mă vea mă place așa!



Julescimo 183

TV

Toshiba Portege R500

Toshiba Portege R500 - Ușor și performant

Rațional

*Întrucât sunt avem două caracteristici de comunicat, vom merge pe ideea de laptop **ușor** (zboară de pe masă) plasat într-un mediu **performant** (companie multinațională high tech).*

Script

Un tânăr emoționat cu o mapă în mână, vine pentru un interviu de angajare la o multinațională. De la front desk i se indică unde va avea loc interviul. Ajuns acolo își face ultimele aranjamente, freză, costum, deschide încet ușa. Înăuntru, din pricina curentului, laptopurile zboară de pe birouri. Tânărul care bagă doar capul, îi vede pe angajați cu laptopurile deasupra capetelor, țipând în cor la el. Speriat închide ușa pe dinafară, în timp ce înăuntru un angajat închide geamul pentru a nu se mai face curent. Angajații se așează la loc pe scaune, mai puțin un tip foarte scund care nu a reușit să prindă laptopul, acum îl așteaptă să planeze ușor înapoi.

Packshot, slogan, VO „**Toshiba Portege R500 cel mai ușor laptop performant**”

Final cu tânărul care, crezând că acesta este modul inedit de salut al multinaționalei, își ia inima în dinți și intră decis de data asta, cu mapa deasupra capului, strigând și el încercând să-i imite pe cei dinăuntru. Bineînțeles, geamul fiind închis, laptopurile rămân pe birouri, toți amuzându-se sau privind ironic la gestul tânărului care a rămas împietrit cu mapa deasupra capului.

RADIO

Grădina Botanică

Grădina Botanică – aer liber împotriva stresului

Rațional

Cei care sunt stresați, irascibili, supărați au nevoie de o vizită la Grădina Botanică. Spotul radio va fi o paralelă între stresul din București și calmul din Grădina Botanică.

Script

MV1 (*trafic in background*): Nu vezi bă că-i verde, în pi... **MV** (*foarte calm*): ...ste pentru rolleri s-au amenajat aici special pentru tine.

FV2 (*ecou scară bloc*): Chemați-l pe administrator s-o vadă pe-aia de la doi ce mu... **MV** (*aceeasi voce foarte calmă*): ...zeul Pământului inaugurat de curând te așteaptă cu poveștile a sute de plante.

MV3 (*talkshow TV, voce Adrian Năstase*): Mi-am demonstrat în repetate rânduri nevinovăția, nu înțeleg de ce continuă aceste rah ... **MV** (*calm*): ... maninov și Paganini se aud la terasele special amenajate.

MV1 (*agitat, studio*): Dacă ești stresat, nervos, supărat ... **MV** (*calm*): **Te așteptăm să te relaxezi la Grădina Botanică!**

POSTER

Smint

Hard to be black



Whitening formula

OUTDOOR

Yala



INTRE 3 SI 18 AUGUST
SUNTEM PLECATI IN CONCEDIU
LUMINA E STINSA
SI NU AVEM ALARMA

NECONVENTIONAL

Romeo Fantastik

Romeo Fantastik - Campanie de lansare a noului album

Rațional

Ce e interzis stârnește interesul. Cu cât un lucru este mai greu de obținut, cu atât punem mai mult preț pe el. Haideți să-i interzicem cumva pe Romeo, să-i facem melodiile porno sa tacă o perioadă, să-i dăm foc la CD-uri și astfel vom crește interesul pentru el. Iar cu toate canalele închise, Romeo va folosi ringtonul ca singură modalitate de penetrare.

Concept promovare

Din îngrijorarea pentru expunerea minorilor la avalanșa obscenităților din mass-media a luat naștere „Liga Părinților Responsabili”, organizație nonguvernamentală care luptă pentru protejarea inocenței juvenile. Se vor fabrica știri despre nevoia unui astfel de organism, astfel că înființarea LPR va părea nu numai justificată dar și bine primită. Încă din primele declarații ale membrilor fondatori, se va auzi numele Romeo Fantastik, versurile sale dându-se drept exemplu negativ.

Apoi, LPR hotărăște să treacă de la vorbe la fapte, prima acțiune fiind îndreptată împotriva ultimului album al lui Romeo Fantastik, de-abia lansat pe piață, care va fi cumpărat până la ultimul exemplar de LPR, organizându-se un eveniment mediatic de distrugere a tuturor discurilor.

Odată cu dispariția în totalitate de pe piață a albumului, curiozitatea va spori și prin câteva dezbateri referitoare la legitimitatea acțiunii LPR, prin îngrădirea libertății de exprimare. În cele din urmă LPR va fi nevoită să accepte un dialog cu Romeo, care va prezenta cu această ocazie, varianta „soft” a ultimului extras pe single, în care pretinde că nu mai există vulgarități explicite, versurile îmbrăcând acum un aspect „subtil”.

Piesa va fi difuzată de pe telefonul mobil al lui Romeo și dezbătută, reprezentantul LPR considerând în continuare scandaloasă piesa care urmează („adaptare” după melodia „Tom Boxer feat. Anca Pargel & Fly Project – Brasil”:

Romeo Fantastik - Campanie de lansare a noului album

Ți-o dau la beep

Muzică: (*culeasă de*)Romeo Fantastik

Versuri: Romeo Fantastik

Interpret: Romeo Fantastik feat. Anca Parghel

Intro: Romeo Fantastik revine din nou...

Îmi place cum te miști,
Stilu' mi-e cunoscut,
N-ai cum să îmi rezști, la noapte-o să te beep...

Îmi place cum dansezi,
Alta ca tine nu e,
E clar că exersezi, cum s-o iei la beep...

Îmi place cum arăți,
Ești buna cu clăbuci,
De scris este în cărți, cum ți-o dau la beep, beep, beep...

Scandalul va circula viral, vehemența reprezentantului LPR va spori interesul asupra piesei ce se aude la telefonul lui Romeo, care din blamat ajunge din ce în ce mai evident să ia rolul victimei.

Chemat la OTV, Romeo se va duela din nou, de data aceasta telefonic cu reprezentantul LPR, Diaconescu fiind de partea lui Romeo, pentru că, nu-i așa, și televiziunea sa a fost interzisă la un moment dat. Cu această ocazie Romeo lansează conceptul de melodie-ringtone, piesa cu pricina, compusă special pentru telefonul mobil, putând fi primită de doritori, dacă aceștia trimit un SMS la numărul 1212 cu numai 1,9 euro valabil în toate rețelele de telefonie mobilă.

În final, toate melodiile albumului-ringtone vor putea fi transmise prin SMS-MMS, promovate prin Internet și paginile de profil (logo, ringtone, background) din ziare.

ONLINE

Smart

Smart – Campanie online

Intro

Parkmat \ˈpärkmät\ s.m. Poziționarea cât mai precisă în perspectiva staționării legale a unui vehicul într-un loc public greu accesibil [Dex 2009]

Această invenție a inginerilor germani de la Mercedes a fost implementată în premieră autoturismelor Smart și se poate traduce prin adaptarea la mediu, prin posibilitatea de a parca un Smart într-un spațiu în care nici un alt autoturism nu poate îndrăzni să spere măcar ca ar putea intra.

Astfel, un Smart can boldly park when no one has parked before transformând corvoada parcării într-un mijloc la îndemâna oricui. Pe trotuar, între copaci, sub bena camionului, între liniile de tramvai, în spațiul destinat bicicletelor, pe aleile unui parc, așteptând cuminte în fața alimentarei sau farmaciei, în scara blocului, în club lângă masă sunt doar câteva locuri unde un Smart se simte în largul lui integrându-se natural în peisaj.

Concept

În sprijinul ideii de parcare naturală a fost inaugurat website-ul www.parkmat.ro unde se găsesc **poze cu Smart-uri parcate în diferite locuri** precum cele descrise anterior și unde utilizatorii pot uploada imagini cu parcări bizare de autovehicule (genul "blonde la volan"). Un colaj cu parcări așa da – așa nu va fi postat **pe diferite site-uri, se vor face pps-uri, poate vorbim și cu Antena1 la știri funny "de pe net"**. Oricum toate vor pointa către www.parkmat.ro.

Se vor regiza filmări cu cascadori profesioniști care vor trece drept filmări "autentice" cu telefonul mobil în care mașinile Smart se vor strecura prin traficul aglomerat, drift-uri, burnout-uri, mers cu spatele, parcări imposibile, toate **să pară cât mai reale**. În unele filmări văzute mai de aproape se va vedea că șoferii sunt "oameni obișnuiți" îmbrăcați de oraș. De exemplu, din parcare supra aglomerata a unui office-building din București, iese un jeep și printr-un sincron spectaculos intra două Smart-uri din care coboara cei doi șoferi care își zâmbesc complice, își iau sacoul și geanta și intra în clădire. Toata scena pare filmată cu camerele de supraveghere ale instituției. Evident, aceste filmulețe vor fi uploadate pe diverse site-uri cu link către www.parkmat.ro

Smart – Campanie online

Tot pe site se găsește **jocul Parkmat** în care utilizatorul va trebui **să parcheze cât mai multe mașini pentru a ajunge la nivelul următor**. Mașinile de diferite mărci și dimensiuni vor intra succesiv pe ecran și vor trebui aranjate astfel încât să încapă cât mai multe în parcarea virtuală. Din când în când apare câte un Smart spre satisfacția jucătorului care o va putea parca practic oriunde fără a ocupa mult spațiu astfel că el și dorește să aiba parte de cât mai multe Smart-uri. Câștigătorii sau cei care au trecut peste un anumit barem de puncte vor câștiga un drive test cu un Smart, sau chiar un Smart pentru 24 de ore. Și jocul va fi urcat pe diferite site-uri, având în colț linkul către site.

Se vor realiza desene animate cu polițistul la pândă. El întinde curse Smart-ului sperând ca acesta să pice în ele și să fie amendat. Este o adaptare a desenului animat Road Runner cu polițistul în rolul coiotului. Tot la fel polițistul încearcă în zadar să prindă Smart-ul depășind pe linia continuă (dar că Smartul e îngust și nu o calcă), să-l surprindă parcând neregulamentar chiar sub semn, (dar Smartul intră sau chiar se poate așeza vertical ca fierul de călcat). Evident nu-l poate prinde în aglomerație nici cu motocicletă (Smartul se strecoară, pleacă primul de la stop). Se pot imagina sute de execuții pe această temă, evident postate pe net cu trimitere la Parkmat.

Pe site-ul parkmat.ro, pe lângă descrieri, prețuri, configuratoare ale Smartului și pozele de care vorbeam la început, vor exista concursuri, jocuri, formulare prin care se poate câștiga o zi Smart.

CAMPANIE PRINT

Armstrong



(Abur - ceas deșchis)

ARMSTRONG 100% Vol



(Abur - trompetă)

ARMSTRONG 100% Vol



(Abur - gang)

ARMSTRONG 100% Vol

CAMPANIE TV

Tetra Pak

Tetra Pak - Șase luni de prospețime

Rațional

Tetra pak-ul rezistă șase luni în orice condiții atâta vreme cât nu este desfăcut. În condițiile în care magazine sunt oriunde iar targetul nu este reprezentat de infirmi, naufragați sau sinistrați, un avantaj real al cutiei de lapte ar fi că poate fi consumat în siguranță după ce a fost uitat, ascuns, căzut de mult timp.

Script

TV1 - O cutie de lapte uitată la geamul unui student în cămin. Trec peste ea ploii, zăpezi, „noroace” de păsărele, fum, alcool, vomă. În cele din urmă, într-o zi însorită apare o mână care ia cutia de lapte, toarnă în pahar și bea satisfăcut.

Packshot, VO „**Tetra Pak – Ține mult și proaspăt**”

TV2 - O cutie cu lapte uitată într-o debara, cade în spatele rafturilor. Trecerea timpului se relevă prin alimentele care intră și ies, insecte – spray împotriva lor, ascundere de bani/ găsirea lor – bucurie, ascundere de „probe incriminatoare”/ găsirea lor – scandal. În final debaraua este demontată de cărătorii de mobilă care găsesc cutia de lapte și o beau satisfăcuți.

Packshot, VO „**Tetra Pak – Ține mult și proaspăt**”

TV3 - O cutie de lapte uitată în portbagajul unei mașini, căzută sub roata de rezervă. Timpul trece, prin portbagaj trec multe, de la tradiționala jumătate de porc de Crăciun la materiale de construcții. În final, mașina face pană, se descoperă cutia de lapte care este băută cu satisfacție.

Packshot, VO „**Tetra Pak – Ține mult și proaspăt**”

CAMPANII INTEGRATE

Shared car

Poliția Română – campanie shared car

Rațional

Campanie mare, bani puțini. Scopul principal al campaniei este de a schimba mentalități, de a-l face pe șofer să-și lase mașina acasă, să meargă la serviciu cu un coleg sau prieten. În subsidiar, trebuie să-l determinăm pe șofer să accepte să ia pe cineva la el în mașină. Va fi o campanie de responsabilizare a șoferilor, prin popularizarea avantajelor personale ale programului „share car” (reducerea prețului combustibilului, înveselirea călătoriilor, cunoașterea colegilor, legarea de noi prietenii) precum și ale celor colective (reducerea poluării, decongestionarea traficului).

Conceptul “Share car” – bază de date online care pune în legătură șoferi cu rute comune

Cum funcționează sistemul?

Să zicem că îți dorești să împarți mașina cu cineva care are o rută zilnică foarte apropiată de a ta. Accesezi o bază de date online ce conține zeci de mii de șoferi și rutele lor zilnice. Cauți șoferi cu rute convenabile și intri în contact cu ei. Nu rămâne decât să stabilești detaliile orare și financiare.

De exemplu, sunt Ionel și m-am săturat să merg singur în fiecare zi din Colentina în Militari și retur. Intru pe site-ul www.impartemasina.ro, îmi fac un cont unde pe lângă datele personale introduc ruta mea zilnică apoi sistemul îmi găsește pe Georgică și Steluța, ambii nefumători ca mine, cu același drum. Le las un mesaj și dacă mă acceptă voi primi datele de contact. Voi suna apoi și voi stabili cu cine sunt mai compatibil. La primul drum vom stabili toate detaliile referitoare la împărțirea cheltuielilor și uzurii mașinilor. Oricum, dacă nu găseam acum, puteam aștepta până eram eu contactat de altcineva cu o ruta echivalentă.

Având în vedere plaja foarte largă a targetului, putem jongla cu avantajele sistemului, astfel șoferului de Dacie berlină i se fâlfâie de poluarea mediului, putând fi atins doar de înjumătățirea cheltuielilor cu benzina. Șoferii educați, cu venituri peste medie pot vibra la problema poluării iar cei tineri la legarea de noi prietenii. De asemenea pot fi atinși responsabilii companiilor care prin aderarea la acest sistem pot reduce substanțial cheltuielile atât cu parcul auto propriu-zis, cât și nevoia de locuri de parcare, angajații putând astfel și socializa mai ușor accentuând ideea de echipă.

Dar, cum nimeni nu s-ar împotrivi economiei de combustibil în sprijinul decongestionării traficului, aceasta este direcția principală de abordare pentru că, nu-i așa, „mi-ar plăcea ca traficul să fie mai lejer, dar dacă vreți să fac ceva în privința asta, mie ce-mi iese?”

Poliția Română – campanie shared car

Promovare

Întrucât este până la urmă un concept online, cu un buget limitat, mijlocul de promovare principal va fi Internetul. Însă nu ne vom limita aici. Vom încerca să popularizăm conceptul „share car” prin orice mijloace accesibile financiar, de la TV la neconvențional și de la print la radio.

PR

Se vor da comunicate de presă din partea Poliției Capitalei pentru principalele cotidiene, se vor publica anunțuri pe principalele site-uri de știri Hotnews, 9am, Mediafax, InfoPortal.

TV (sau/și virale)

Insight: Incidentele din trafic se rezolvă mai bine în mai mulți.

Serie TV cu diverse „neplăceri” (pene, scandaluri la semafor, parcare, necunoașterea străzilor, agresivitatea partenerilor de trafic) pe care la început un șofer trebuie să le suporte singur, apoi când în mașină sunt mai mulți, incidentele se rezolvă rapid. „Unde-s mulți puterea crește”.

Neconvențional

Etichete cu prețul la pompă înjumătățit. În parteneriat cu lanțuri de benzinării, se vor pune la pompe stickere cu prețul înjumătățit al carburantului. (Ex. La Petrom, cele 4 furtunuri de alimentare vor avea etichete „Premium fără plumb – 2,19* RON”, „Top Euro Diesel – 2,29* RON” *Doar pentru membri programului Împarte mașina. Detalii pe www.impartemasina.ro.)

Polițiști autostopiști urbani. În preajma intersecțiilor aglomerate va fi câte un polițist care va avea în mână o plăcuță cu o destinație dorită din București. (Ex. La Piața Unirii va avea o plăcuță cu „Universitate”, și va face cu mâna asemenea autostopiștilor). Șoferilor amuzați care vor opri, polițistul fie le va da un fluturaș de prezentare a campaniei, fie va urca și pe drum va povesti avantajele sistemului.

În ambele cazuri vor exista filmări care vor „scăpa” pe Internet.