



Пресс-релиз

Бескровная революция: российский креатив захватывает итальянский рынок

Креативная команда из России победила в первом онлайн тендере на BootB

Вилмингтон (США), Москва (Россия), 5 февраля 2008 г. – Российский креатив, французский бренд и итальянский рынок вряд ли могли бы встретиться, если бы не революционный проект BootB - интернет площадка для проведения тендеров в области креатива, предоставляющая компаниям доступ к ярким идеям со всего мира, а творческим людям – возможность самовыражаться и зарабатывать.

Бриф на разработку лучшей креативной концепции для итальянского подразделения сети гипермаркетов «Ашан» был размещен на www.BootB.com в конце ноября 2007 года. Любой из зарегистрированных пользователей сайта мог прислать свои идеи с 1 по 13 января 2008 года. Результаты первого тендера подтвердили уникальность проекта – на сайт поступило 38 креативных решений из 18 стран мира. Лучшей работой «Ашан» признал проект российской команды, возглавляемой Алексеем Смирновым, сотрудником московского офиса международного рекламного агентства. Россияне представили на конкурс концепцию рекламной кампании для ежегодного весеннего фестиваля покупок «Ашан», в том числе раскадровку ТВ-ролика, тексты для радио, а также дизайн буклетов и постеров. Сумма вознаграждения команды составила 19 800 долларов США.

«Новогодние праздники в нашем случае прошли не только весело, но и очень продуктивно. Захватывающий проект, профессионально составленный бриф – все это повлияло на наше решение попробовать свои силы в разработке концепции для «Ашан» на BootB. Ярких идей было много, и выбрать одну оказалось не так просто – в результате мы решили предложить проект «Дикие цены» («Wild Prices»), – прокомментировал свою победу Алексей Смирнов. – Финансовая сторона вопроса, безусловно, была важна, но основным стимулирующим фактором была возможность поработать над интересным проектом, не ограниченным ни менталитетом, ни рамками клиентского бюджета».

Основатель и руководитель BootB Пьер Людовико Банкале (Pier Ludovico Bancale) прокомментировал результаты первого тендера из штаб-квартиры компании в Вилмингтоне, США (Wilmington, USA): «"Ашан" относится к числу компаний, открытых для инноваций. Они сразу поддержали идею разместить свой бриф на BootB. Мы предоставили компании доступ к неограниченным креативным ресурсам, и руководство «Ашан» отметило высокое качество и разнообразие представленных решений».

По словам Альберто Кроста (Alberto Crosta), представителя итальянского подразделения «Ашан», возможность получить столько интересных идей, не

покидая рабочего места, оказалась абсолютно уникальной. Это позволило сэкономить время, силы и средства компании, связанные с организацией и проведением многочасовых встреч, обязательных при выборе креативных концепций через традиционное рекламное агентство.

«Мы гордимся тем, что миссия BootB, как проводника «креативной глобализации» принесла свои первые плоды. Мы поздравляем российскую команду с победой и компанию «Ашан» – с удачным началом нашего сотрудничества. Это первый шаг к серьезному изменению сложившейся структуры всей рекламной индустрии, который позволит творческой индивидуальности стать увереннее и смелее, а компаниям расширить представления о креативе», - отметил Пьер Людовико Банкале.

Справочная информация:

«Ашан»

Ведущая международная группа гипермаркетов со штаб квартирой в Круа, Франция (Croix, France) и общей численностью сотрудников более 200 000 человек по всему миру.
www.auchan.ru

BootB

Международный запуск проекта BootB состоялся 27 ноября 2007 года в сопровождении 320 одновременных промо-мероприятий в 20 крупнейших городах мира. С 4 декабря 2007 года BootB представлен в России.

Сайт работает на 12 языках. В настоящий момент опубликованы 11 брифов известных мировых брендов, в числе которых Lego, Disney, Peugeot, Ferrero и другие. На начало февраля на сайте BootB зарегистрировано более 4000 пользователей из 95 стран мира.
www.BootB.com