

HOT-DIGITAL MONTHLY RECAP '05/2014

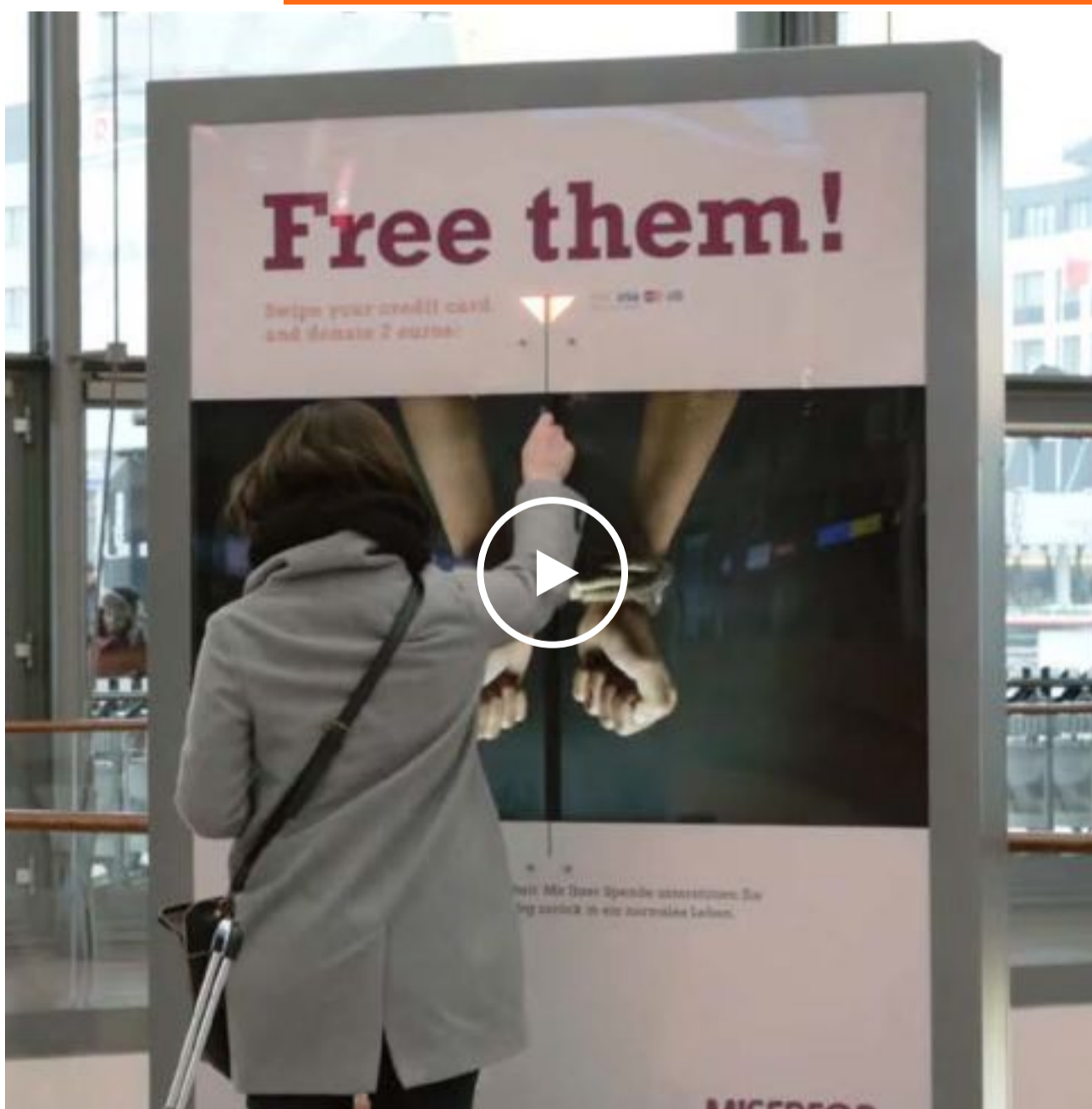
САМЫЕ ГОРЯЧИЕ ТРЕНДЫ, ЧУМОВЫЕ КЕЙСЫ И СВЕЖИЕ
ИНФОГРАФИКИ, КОТОРЫЕ ВЫ МОГЛИ ПРОПУСТИТЬ



Misereor. The Social Swipe

Люди зачастую избегают благотворительности, потому что не знают, куда на самом деле пойдут их деньги. Интерактивные рекламные щиты от немецкой благотворительной компании Misereor легко решают эту проблему: проводите своей пластиковой картой по щиту и тем самым будто бы отрезаете кусок хлеба или разрываете чьи-то оковы. Всего-то два доллара, чтобы почувствовать себя спасителем.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)





Ubisoft. Amazing Street Hack

Розыгрыши выходят на новый уровень. Чтобы продвинуть новую игру Watch Dogs, Ubisoft не постеснялись использовать целую улицу и разбить пару машин. Представьте, что продавец предлагает вам предложение, которое может взломать любую электрическую систему. От нажатия одной кнопки выключаются светофоры и открываются машины. Не побойтесь попробовать?

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



A SIP OF COKE?

Coca-Cola. This Is АНН

Соса-Солa впервые запустили ролик, сделанный только из пользовательского контента. Желающим предлагали показать свои эмоции от глотка колы и разместить на сайте. Из около 400 роликов выбрали только 40, но все равно тут можно найти и единорога, и танцующие баночки, и бороды.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)





Beck's. Playable Poster

В Новой Зеландии в честь месяца музыки пивной бренд Beck's вместе с агентством Shine создали музыкальные постеры. Серия уличных щитов в 6 городах страны, если до них дотронуться, начинала издавать музыку. Технология, с помощью которой был осуществлен проект, использует проводящие чернила с сенсорами, которые воспринимают электрический сигнал, поступающий от пальцев и передают его в процессор на обратной стороне постера.

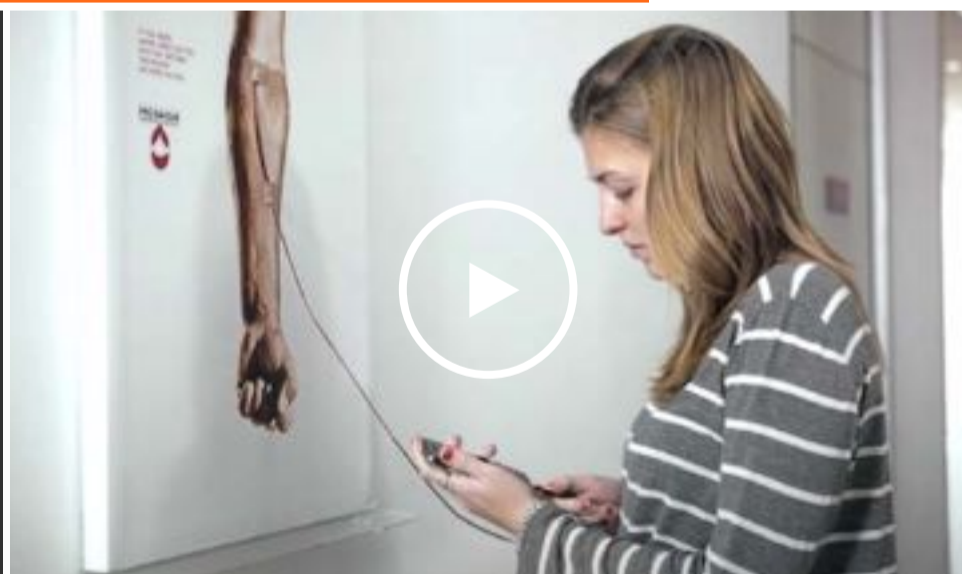
[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



The Blood Charger Poster

Отличная идея сделать из постера с зарядкой для телефона полноценный социальный проект. В Сан-Пауло на таких постерах кабель заменил капельницу, что даже без слов понятно: «Когда вам что-то нужно, мы здесь. Хотите отплатить услугой за услугу? Нам нужна кровь.»

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



**BLOOD
CHARGER
POSTER**

06

Body Shop. Unnatural Beauty

Body Shop вступили в ряды поборников естественной красоты, но в отличие от Dove нацелились не на среднестатистическую женщину, а на четырехлетнюю кроху, которая рассказывает о своих идеалах красоты. Когда она вырастет, у нее будут длинные ноги, стройная талия и полный шкаф модных сумочек. Если эти слова кажутся вам кощунственными в устах ребенка, то хватит создавать нездоровые идеалы красоты.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)


Be **more**
than beautiful



IT'S THE
LITTLE THINGS
IN LIFE
THAT MAKE US
happy

Coca-Cola. The Mini Kiosk

Соса-Кола считают, что счастливым нас делают мелочи. Поэтому в нескольких городах Германии они установили мини-ларечки для мини-баночек (правда, работают там не карлики). Помимо автомата с самой газировкой, в ларечке можно купить газеты и булочки. Ну как пройти мимо!

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)




WATER is LIFE

TRANSFORMING COMMUNITIES THROUGH CLEAN WATER.



Water Is Life. The Girl Who Couldn't Cry

Трагическая жизнь индийской девочки, выращенной в борделе и еще ребенком отданной замуж, может заставить пустить слезу кого угодно. Сама же она уже не может плакать из-за страшной нехватки воды в организме. Наверное все же благотворительный организации помогают бедным странам с питьевой водой не для того, чтобы те начали плакать.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



CNA. Speaking Exchange

Бразильское агентство FCB вместе с языковой школой CNA в Сан-Паулу реализовали полезный социальный проект, который помог и самым юным ученикам и старикам. Учащиеся школы с помощью веб-камеры созванивались с пожилыми людьми из дома престарелых в Чикаго. Так дети тренировали свой английский с носителями, а пожилые собеседники компенсировали недостаток общения и весело проводили время.



they want to practice English.



and they just want someone to talk to.

speaking exchange

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

Nivea. The Protection Sunband

На пляже ребенка могут ожидать опасности и пострашнее обгоревшей кожи. Nivea предлагает перейти на новый уровень защиты драгоценного чада, придумав специальный браслет, отслеживающий местонахождение вашего ребенка. Его не нужно покупать отдельно — достаточно открыть страницу глянцевого журнала и оторвать браслет от листа. Скачиваешь приложение, сканируешь индивидуальный код на браслете и получаешь уведомление, как только ребенок выбегает за позволенный радиус.

СМОТРЕТЬ ВИДЕО ▶



Voyages-SNCF. Instant V

Французские железные дороги выбрали метод шоковой терапии, чтобы вдохновить парижан на путешествия. Гигантские объемные рекламные щиты привлекают внимание не только масштабом, но и весьма сюрреалистичными сюжетами: огромный поющий рот, развевающаяся юбка Монро и принимающий душ регбист. Хоть и красиво, но посыл не очевиден.

СМОТРЕТЬ ВИДЕО ▶





The Clean Indian. The Pissing Tanker

Индусы придумали суровый способ расправы с теми, кто справляет нужду прямо на улицах города. Анонимная группа социальных активистов разъезжает по городу на огромной цистерне и буквально смывает тех, кто мочится где-нибудь у стенки. Безумно смешно окружающим и страшно обидно самим жертвам.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



**YOU STOP
WE STOP**



UTEC. Air purifying billboard

В Перу университет проектирования UTEC и рекламное агентство FCB Mayo создали билборд, который очищает воздух. Так университет решил уменьшить вред, который наносит окружающей среде, пока строит свой новый кампус. Сам билборд на первый взгляд лишь рекламирует новый студенческий городок, а вот рекламный текст утверждает, что они научат студентов таким полезным вещам, как создание билбордов, которые очищают около 100 000 кубических метров воздуха в день, на территории пяти кварталов, заменяя работу 1200 деревьев.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



Turkish Airlines. Dreams

Рекламное агентство Lowe Istanbul специально для Turkish Airlines сняли вдохновляющий ролик о мечтах. Самолеты отправили туда, где они раньше никогда даже не пролетали.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) ▶



“We will never have a perfect world, but it’s not romantic or naive to work toward a better one”



Chipotle. Cultivating Thought

Сеть закусочных Chipotle и писатель Сафран Фоер (возможно вы читали его «Жутко громко и запредельно близко») решили нести в мир знания и создали красивый графический проект. На стаканчиках и пакетах на вынос вместо логотипа компании теперь можно прочесть мысли современных писателей и философов и посмотреть на интересные иллюстрации.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) ▶



ManKindInitiative. #ViolenceIsViolence

Если мужчина ударит на улице девушку, то окружающие начнут за нее вступаться. А если девушка начнет бить мужчину? Как показал этот эксперимент, в лучшем случае такая ситуация вызовет у них приступ смеха. Тем не менее, 40% мужчин являются жертвами домашнего насилия, которое должно искореняться вне зависимости от того, на кого оно направлено.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 

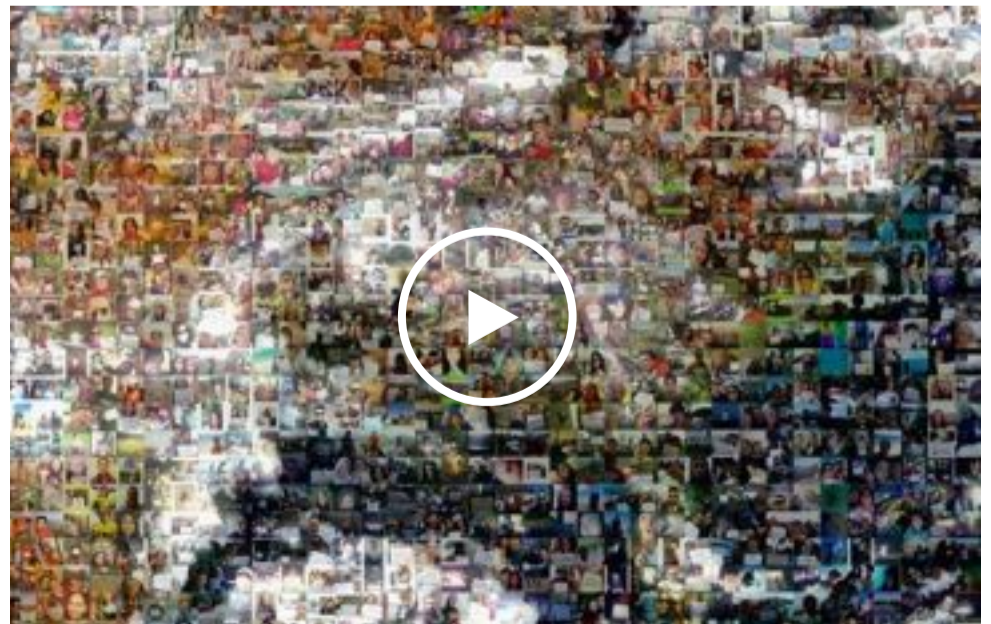


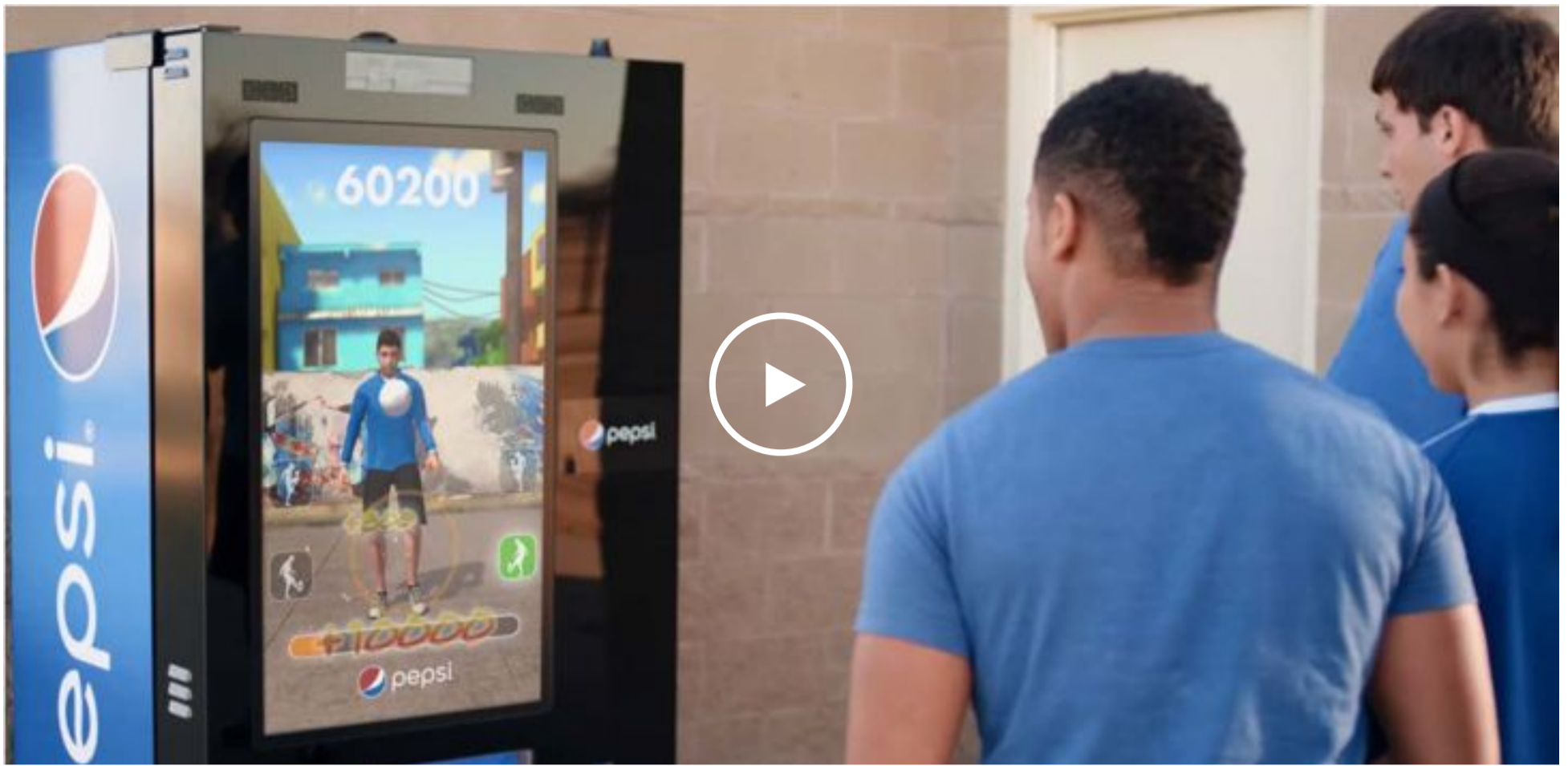
NASA. #GlobalSelfie

NASA решили сделать самое эпичное селфи в мире. Для этого все желающие были приглашены поучаствовать 22 апреля в акции #GlobalSelfie, просто выложив свою фотографию в социальных сетях с соответствующим хештегом. Из более чем 50 000 выложенных фотографий NASA сделали интерактивную карту Земли, на которой все селфи распределены по соответствующим странам.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 

Hi NASA!
I'm on Earth *Right Now*
@ MOSCOW. RUSSIA





Pepsi. FutbolNow Skills Challenge

Компания Pepsi создала интерактивные торговые автоматы, которые предлагают покупателям выполнить пару виртуальных футбольных трюков, чтобы получить бесплатную баночку Pepsi Max. Автомат оборудован датчиком движения (технология Kinect под Windows), который следит за игроком, который должен удержать виртуальный мяч в воздухе 30 секунд.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)




HOT DIGITAL

Проект
Hungry Boys

 WWW.HOT-DIGITAL.RU

 INFO@HUNGRYBOYS.RU

 [FACEBOOK](#)

 +7 (915) 432 25 04