

HOT-DIGITAL MONTHLY RECAP '06/2014

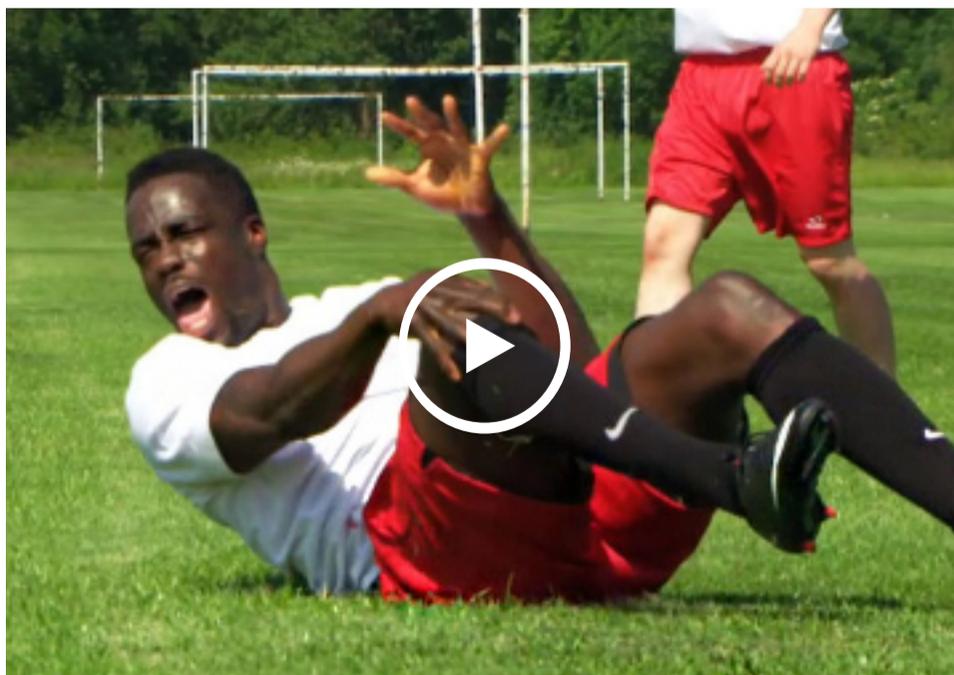
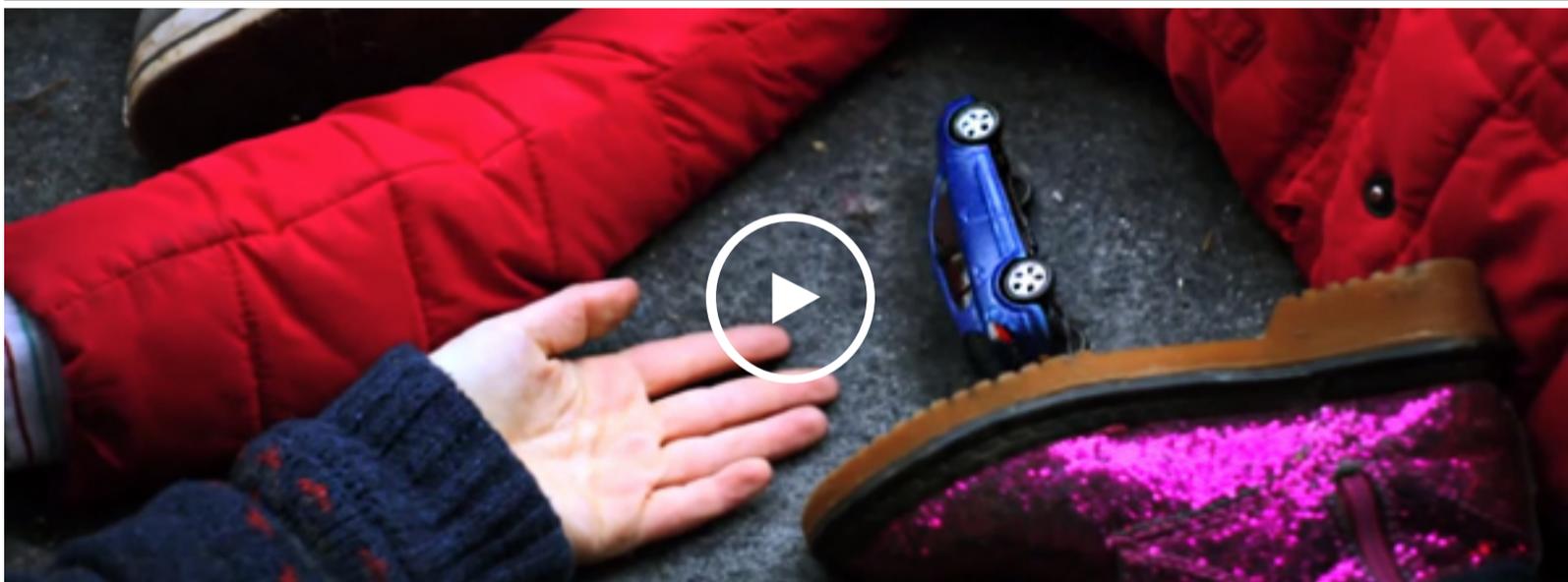
САМЫЕ ГОРЯЧИЕ ТРЕНДЫ, ЧУМОВЫЕ КЕЙСЫ И СВЕЖИЕ
ИНФОГРАФИКИ, КОТОРЫЕ ВЫ МОГЛИ ПРОПУСТИТЬ

01 ▶

DOE Road Safety. Classroom

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

СМОТРЕТЬ ВИДЕО ▶

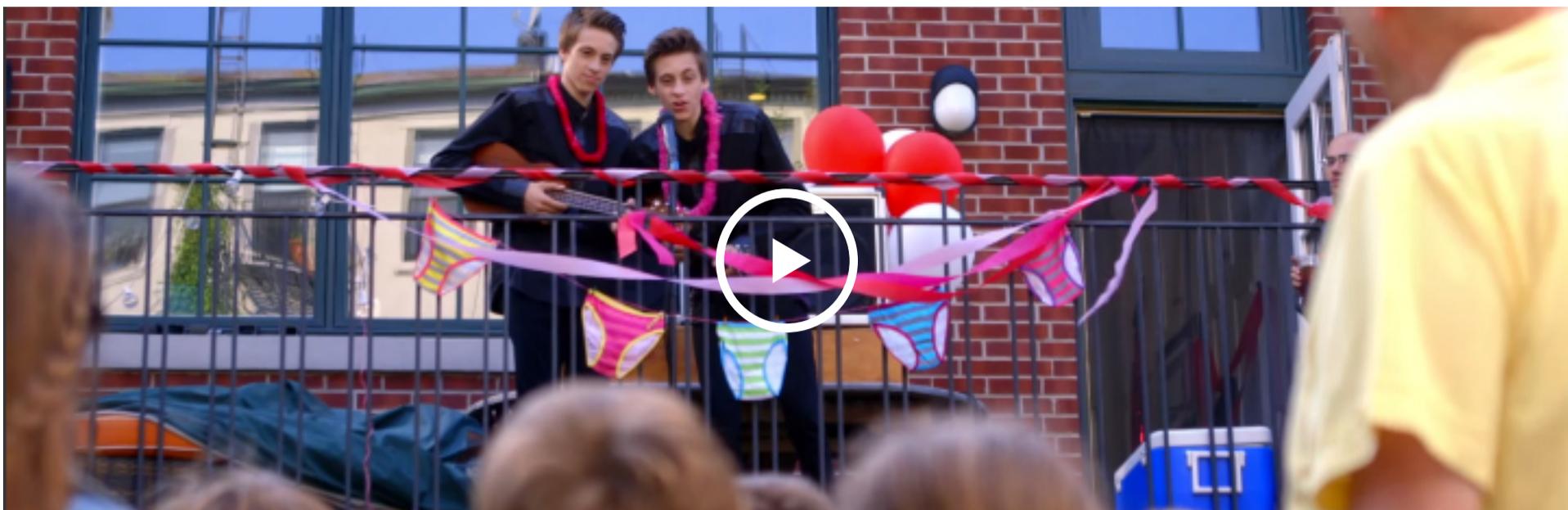


Durex. #DontFakeit

Durex сняли весьма драматичную рекламу о том, что симулировать — это плохо. Не только на футбольном поле, но и в реальной жизни.

СМОТРЕТЬ ВИДЕО ▶

◀ 02



HelloFlo. First Moon Party

HelloFlo сняли свой второй уморительный ролик, заставляя нас верить, что нет ничего веселее и остроумнее рекламы прокладок. На этот раз героиня решила симулировать свою первую менструацию, чтобы не выглядеть отсталой от ровесниц. Мама отнеслась к этому как нельзя более правильно.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 

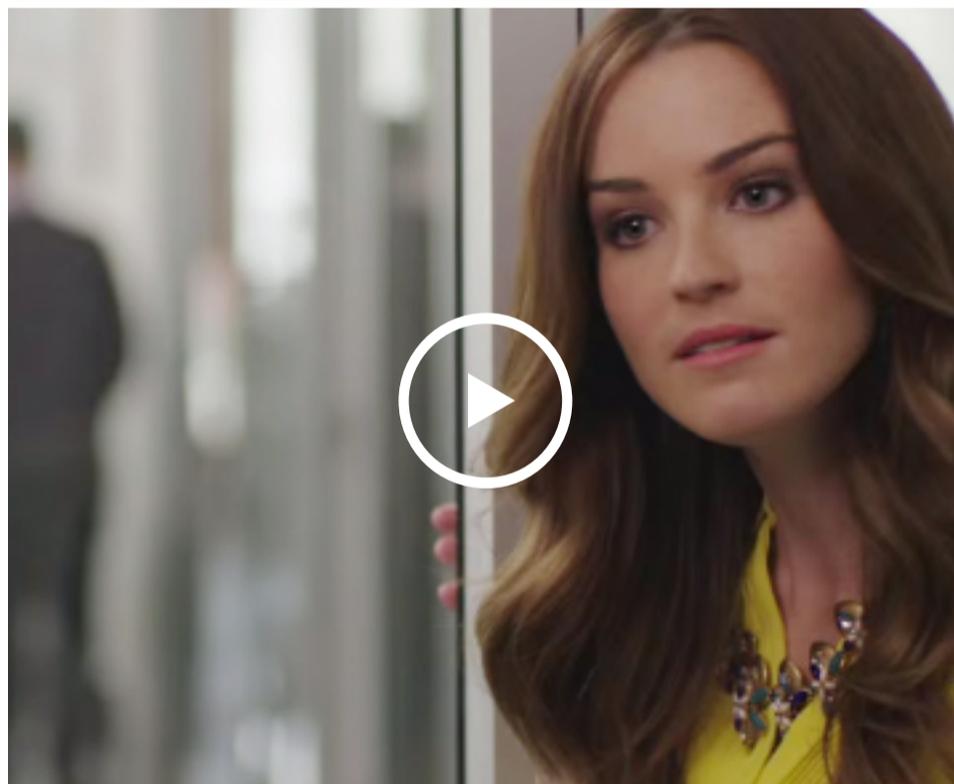
 **03** 

04 

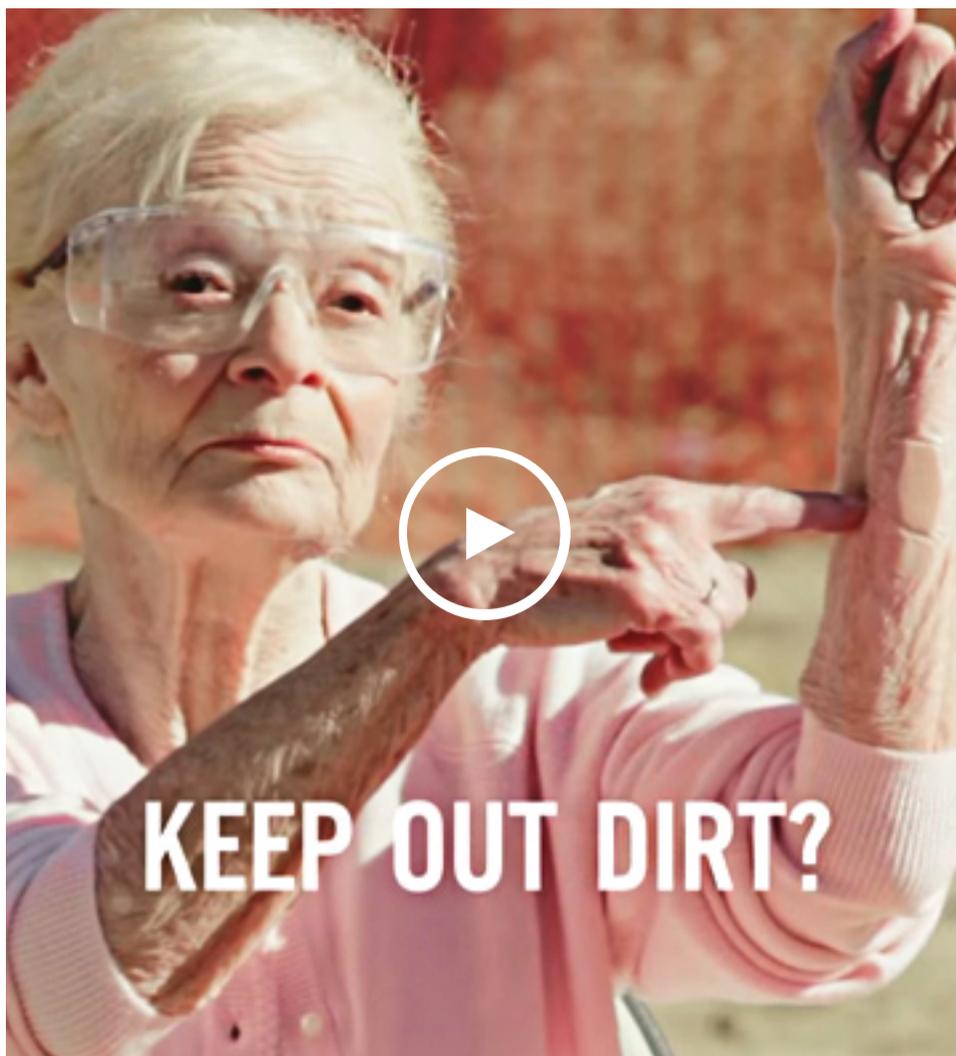
Pantene. Not Sorry

Pantene считают, что женщины слишком часто извиняются. И предлагают избавиться от этого предрассудка, извиняясь только за то, что извиняться им больше не хочется.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 



DON'T BE SORRY



Nexcare. Tough As Nana

Nexcare выбрали весьма неожиданного персонажа для рекламы пластырей. Маленькая бабуля Нана готова на любые испытания, чтобы доказать прочность этих пластырей, а заодно продемонстрировать их универсальность. Ради этого ее хоронят заживо, забрасывают в мусорный бак и не только.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

◀ 05



Mercedes-Benz. Special Sets

Тильда Суинтон снялась в целой короткометражке для Mercedes-Benz, сыграв роль крайне загадочной барышни, разъезжающей на машине по туманным лесам. Не будем портить вам удовольствие от просмотра, рассказав, зачем она это делает, но лишь призываем обратить внимание на то, как автомобильному бренду удалось снять настоящее фешн-видео.

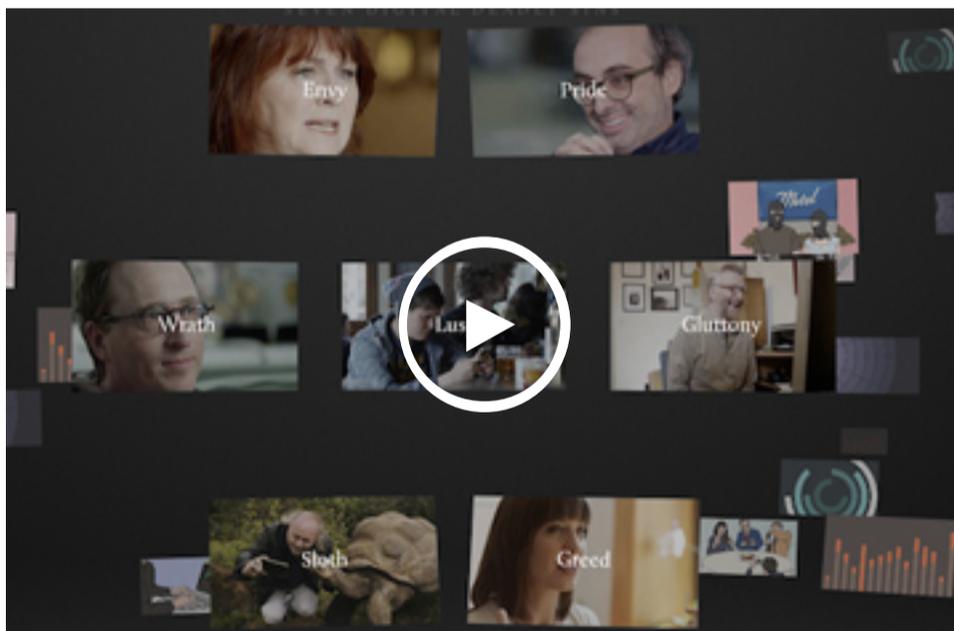
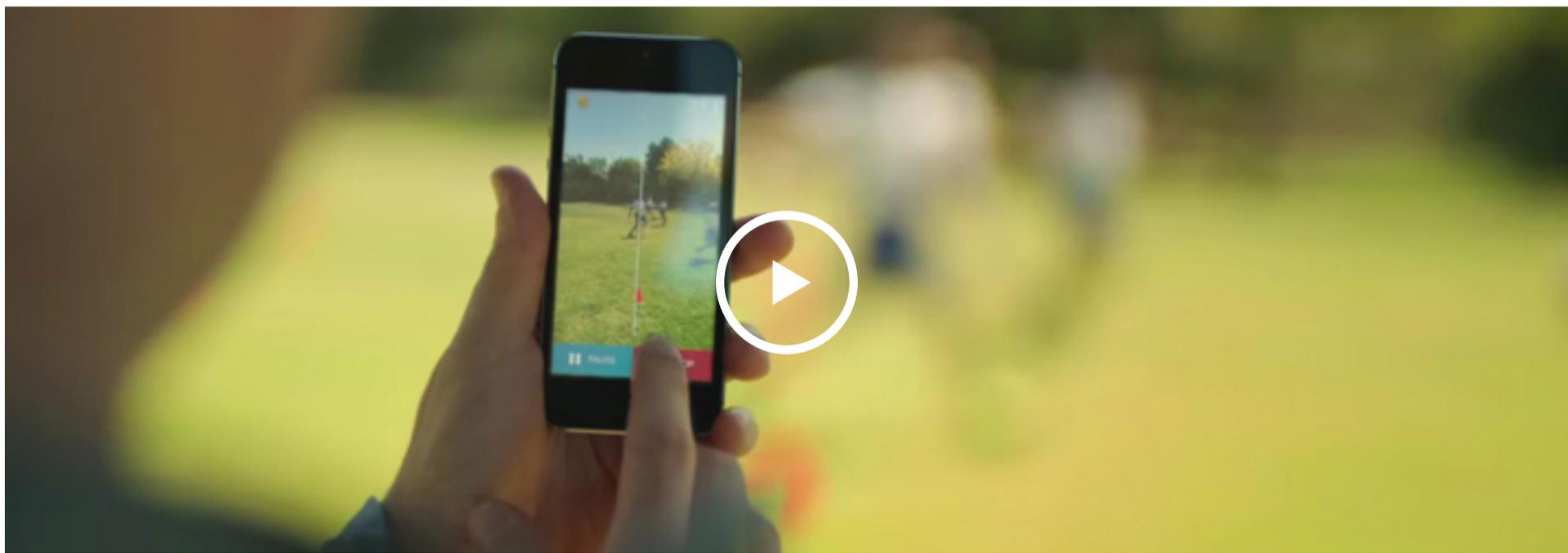
[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



07

Apple. Strength

Apple решили напомнить, что iPhone может изрядно помочь в фиксировании своих спортивных достижений. Чтобы видео выглядело в меру мотивирующим, саундтреком они выбрали песню "Chicken Fat", выпущенную еще при Кеннеди для поддержания его программы по развитию спорта в стране.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)


The Guardian. 7 Digital Deadly Sins

The Guardian сняли целый документальный фильм о том, как вечные смертные грехи преломляются в нашу диджитал-эпоху. Если зайти на интерактивный сайт проекта, то там можно найти 7 видео с известными писателями и комиками в главных ролях, повествующих о своей Twitter-зависимости и Facebook-гордыни.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)


08



KIA. Adriana Lima Transforms a Man Cave

Как сделать из фаната любого другого спорта рьяного поклонника футбола? Например, насрать на него Адриану Лиму. KIA решили так и сделать, призывая всех стать любителями футбола хотя бы на один месяц — пока идет чемпионат мира.

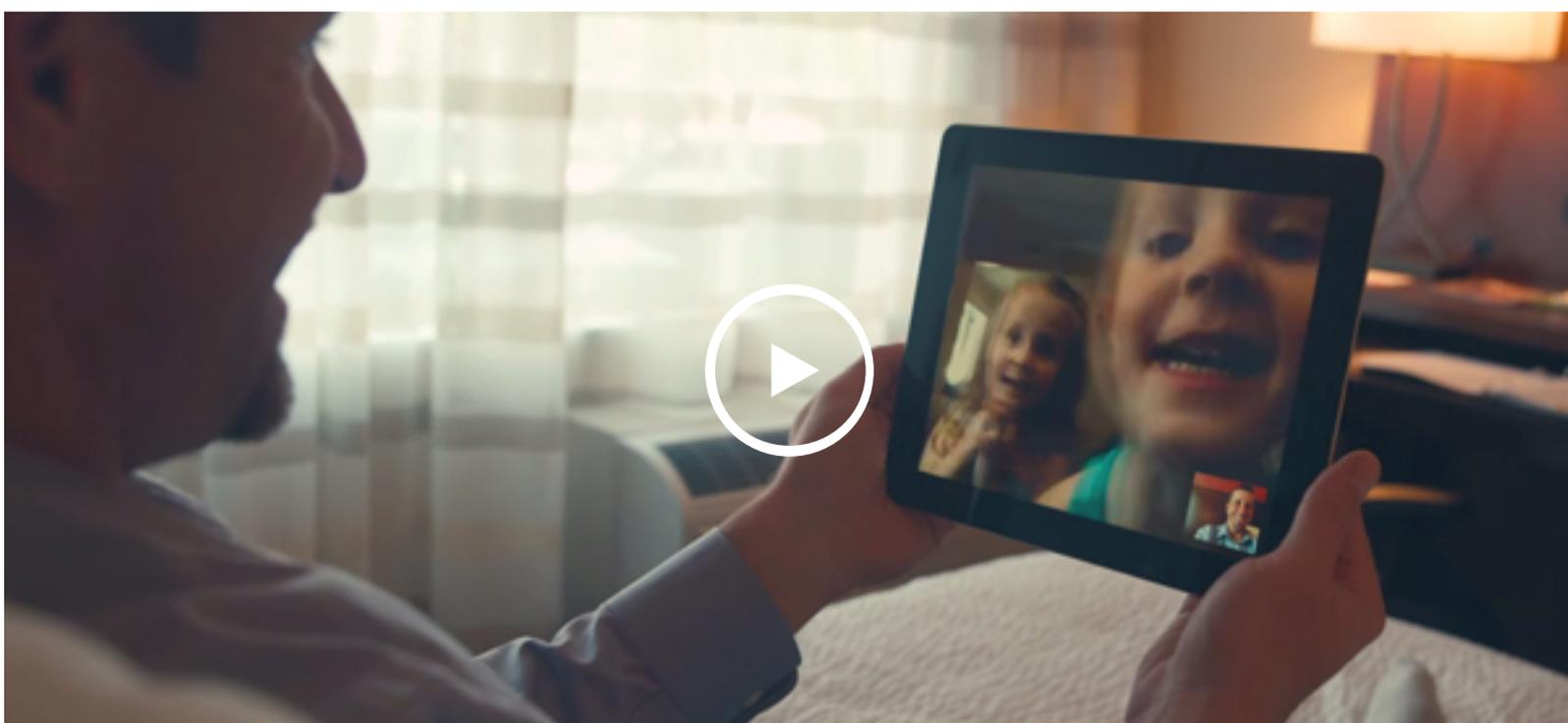
[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 



Dove Men. #RealDadMoments

Пока все снимают рекламу про мам, Dove взялись воспеть героев, остающихся в тени. Папа всегда ответит на звонок, прокатит на спине, заберет машину в ремонт и проводит под венец.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 





Coca-Cola. Happy Cycle

Хочешь баночку колы?
В данном случае она стоит всего-то 140 калорий, то есть, например, примерно 23 минуты езды на велосипеде. Этот автомат эффектно выдает баночку газировки за ровно такое время пребывания на огромном велосипеде.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

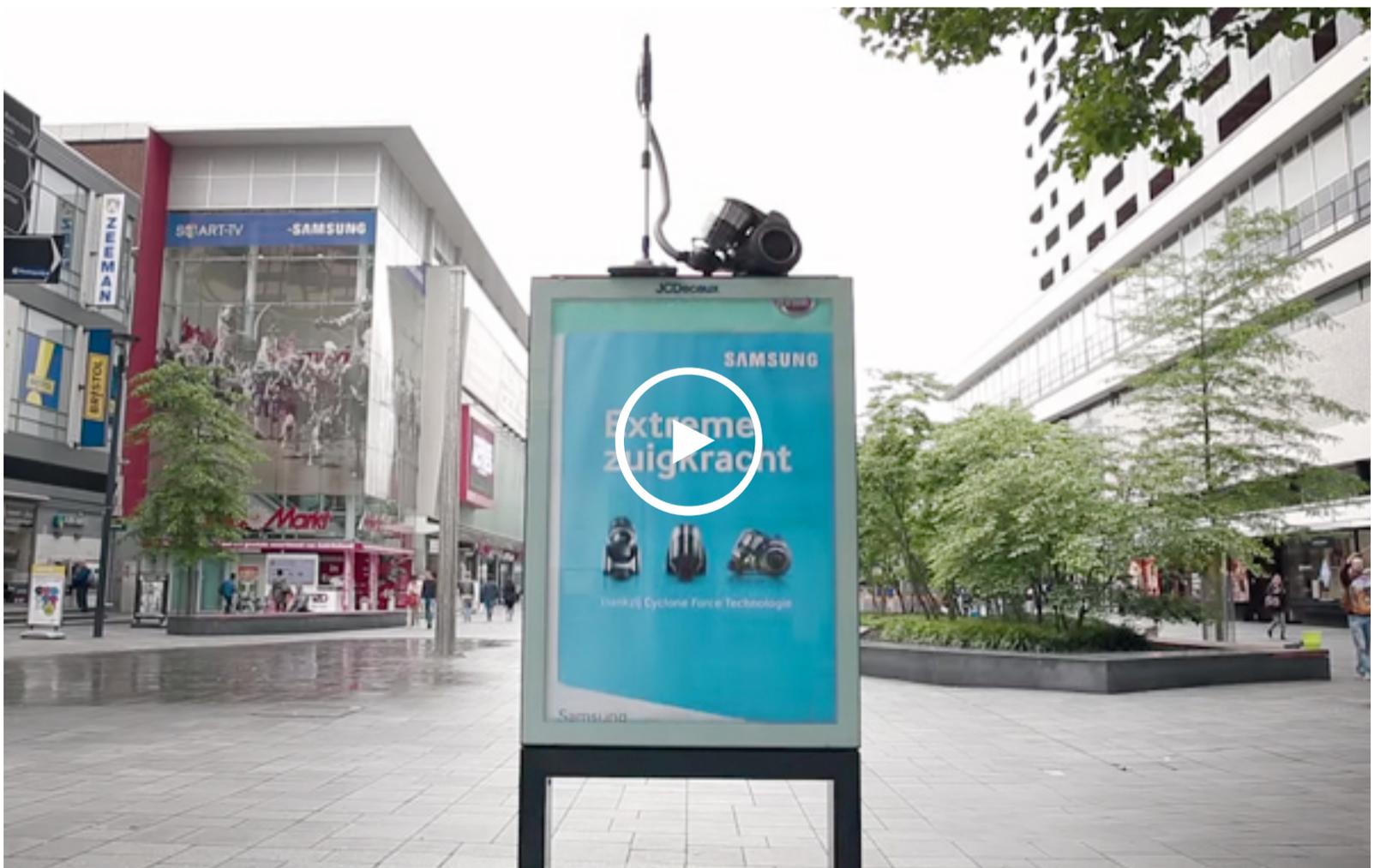
11

12

Samsung. Extreme Suction Power Billboard

Как привлечь внимание к рекламе пылесоса? Например, придумать ему необычное применение. Samsung поставили свой пылесос прямо на рекламный щит, чтобы тот все время подсасывал рекламный плакат. Если есть шанс, что кто-нибудь не обратил внимание на необычное сооружение, но уж точно никто не сможет не обернуться на весьма неожиданный для уличного окружения звук.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)





Toyota. #CarsThatFeel

Toyota придумали уникальную инсталляцию для сиднейского фестиваля Vivid, заставив машины "чувствовать" людей. С помощью 3D проекций машина может живо реагировать на взаимодействие с человеком. У каждой из трех участвующих машин свой характер и своя анимация.

СМОТРЕТЬ ВИДЕО



Coca-Cola. Bio Cooler

Соса-Соса сделали холодильник по самым древним обычаям: вместо электричества ему всего лишь нужно растение сверху, которое надо иногда поливать. Сделать лед в нем не получится, но охладить напиток - легко. Отличная акция для мест, где с электричеством туго (в данном конкретном случае холодильник создавался колумбийским отделением Leo Burnett), но хочется верить, что в таких местах холодильник был бы гораздо полезнее для более насыщенных продуктов.

СМОТРЕТЬ ВИДЕО



Electrolux. The Best Present

Electrolux взяли́сь скрасить дорогу девушки в университет и подали ей домашнюю мамину лазанью прямо в самолете. Убедив девушку, что про нее снимают документальный фильм об уезжающих учиться вдали от дома, авторы ролика засняли ее реакцию на обращение мамы вместо привычной инструкции безопасности в самолете и последующую домашнюю лазанью вместо стандартного обеда. Трогательнее не придумаешь.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



15



16

NAR Mobile. Life-saving Cable Project

Талассемия — редкая болезнь, требующая регулярных переливаний крови. Впрочем, не такая редкая в Азербайджане, где катастрофически не хватает доноров для помощи больным детям. Один простой и в то же время гениальный гаджет может изменить ситуацию: чудо-браслет имеет два USB-входа и умеет заряжать один смартфон за счет другого, как бы бесхитростно напоминая, что всегда нужно делиться с нуждающимся тем, что у тебя имеется в избытке.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)





Motorola. Moto E

Как продемонстрировать все лучшее в смартфоне за минуту, не скатившись до привычных клише? Motorola придумали хитроумную машину, каждый уровень которой демонстрирует какую-то особенность нового Moto E, пока тот просто падает сквозь нее.

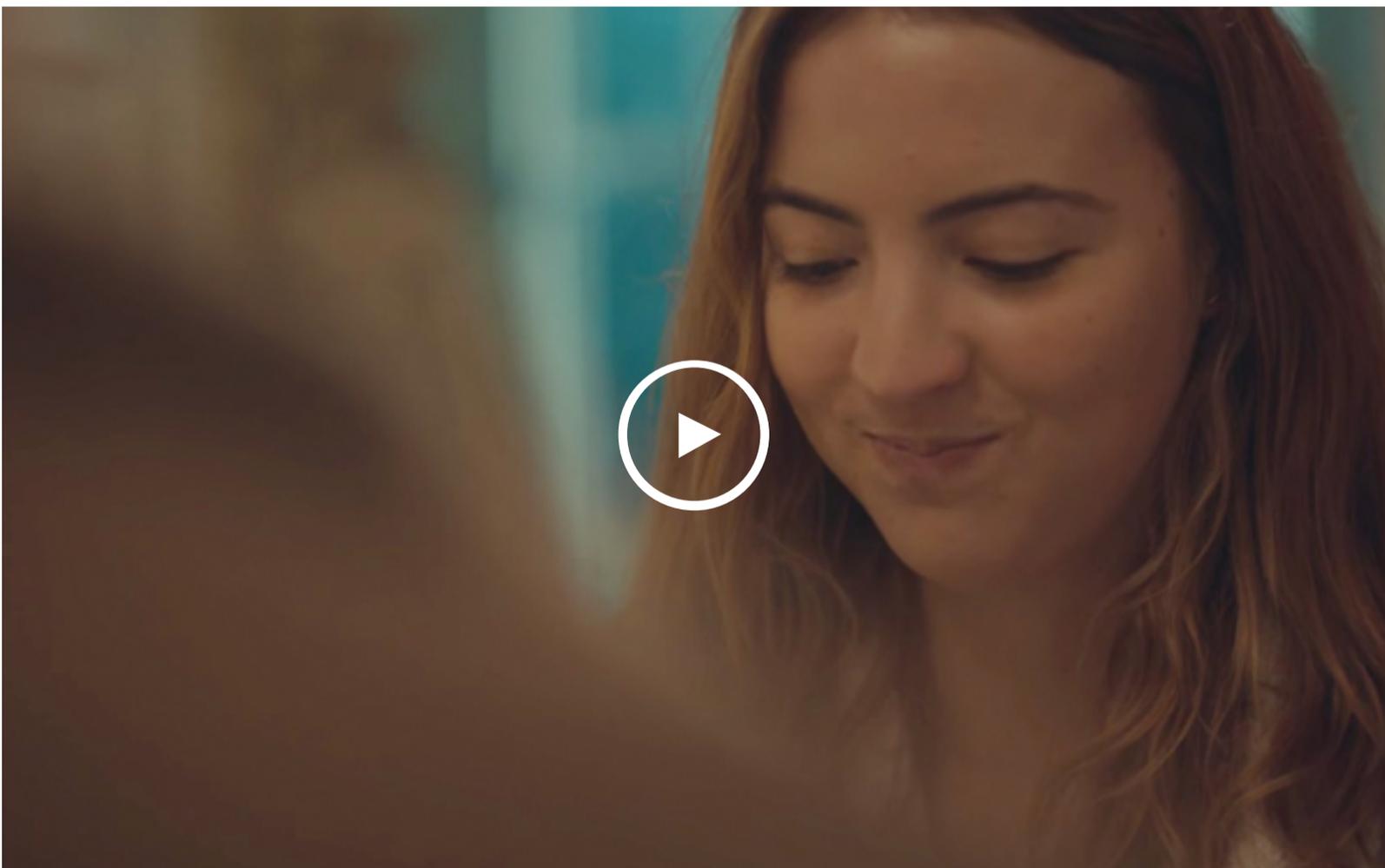
[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 



Cheerios. Night Drive

Cheerios, бренд сухих завтраков компании General Mills, вместе с агентством Saatchi & Saatchi, выпустили душевный ролик, приуроченный ко Дню отца. Трогательный ролик про отца, который едет ночью под песню "Have a Little Faith in Me", как оказывается, чтобы просто поведать дочь и привезти ей завтрак.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#) 





FIAT. GIF Endless Fun

FIAT сняли первый рекламный ролик, состоящий полностью из гифок. Причем ребята не стали напрягаться и взяли картинки из Tumblr, просто используя хештег с названием бренда. Получился чистой воды эксперимент, но и денег в него много не было вложено.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

19



Molson Canadian. The Beer Fridge

Самая патриотичная в мире пивная компания опять раздает пиво счастливым канадцам. В прошлом году они раздавали пиво в европейских столицах в обмен на скан канадского паспорта. В этом — за исполнение гимна Канады.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



HOT DIGITAL 

Проект
Hungry Boys



WWW.HOT-DIGITAL.RU



INFO@HUNGRYBOYS.RU



[FACEBOOK](#)



+7 (915) 432 25 04