

ХОРВАТИЯ ПРЕДПОЧИТАЕТ РУССКУЮ МАФИЮ



Рекламная концепция с условным названием «Мафия», придуманная 2 года назад креативным агентством Partizan для российского представительства европейского оператора мобильной связи TELE2, похоже, выходит за пределы России и постепенно проникает в Европу. Первой страной, отважившейся принять мафиозно-партизанский подход, стала Хорватия. Протестировав несколько концепций, TELE2 Хорватия остановилась на российской «Мафии». Теперь Дон, Сонни и Тони превратятся в звезд мирового масштаба, а креативное агентство Partizan проявит себя на европейском рекламном рынке.



Кроме адаптации российских рекламных кампаний TELE2 для всех типов медиа, Partizan будет снимать серию телевизионных роликов специально для хорватского рынка. В Хорватии, как и в большинстве европейских стран, около 70% рынка мобильной связи занимают не тарифные продажи, а комплексные handset offers (продажи телефонных аппаратов по низким ценам со «встроенными» в них sim-картами того или иного оператора). То есть, заключая контракт об оказании услуг с оператором на пару лет, счастливый абонент получает новый телефон практически бесплатно (например, за 1 евро).

Первый «хорватский» ролик Partizan, рекламирующий подобное предложение, вышел в телевизионный эфир в Хорватии 1 декабря. Съёмки прошли в Москве при участии студии Guerilla Shots.

По данным MForum Analytics, в прошлом году рынки Хорватии и Македонии были признаны самыми быстроразвивающимися рынками мобильной связи в Восточной Европе. В 2006 году рост хорватского рынка превысил 20% относительно 2005 года. Будем надеяться, что «мафиозные» рекламные методы оправдают себя и на европейском рынке мобильной связи, и сериал про крутых парней привлечет внимание темпераментных хорватских абонентов.

Телевизионный ролик, снятый креативным агентством Partizan для TELE2 Хорватия можно посмотреть здесь:
<http://www.partizangroup.ru/home/Works>