

Модный материал для прогрессивных рекламистов

С одной стороны, специалисты рекламных агентств и корпоративные рекламисты утомлены бесконечными предложениями различных видов сувениров. С другой стороны, оригинальных, нетрадиционных сувениров настолько мало, что каждое подобное явление воспринимается как революция в рекламе и запоминается надолго. Таким сувениром на Западе стали стеклянные шарики марблс.

Одними из первопроходцев в этом виде сувениров



стала легендарная команда Биттлз, стремительность и масштабность популярности которой поражает воображение. Среди многих оригинальных рекламных ходов имиджмейкеры Биттлз выбрали один из наиболее нетрадиционных и безошибочных – портреты участников группы на шариках марблс – самых популярных игровых предметах, дорогих сердцу каждого человека на Западе как напоминание о детстве. Шарик марблс с напечатанным на нем логотипом в рекламных целях теперь используют самые крупные западные фирмы. Эту популярность можно объяснить, ссылаясь на связанные с детством ассоциации, наших западных коллег. Для них марблс является неизменно симпатичным сувениром, который всегда приятно получить. Но чтобы обрадоваться марблс-сувениру, необязательно иметь в подсознании столь глубокие корни. Если вы хоть раз держали в руках эти поистине чудесные стеклянные шарики, то обязательно почувствовали их завораживающую магию. Логотип вашей компании, нанесенный на миниатюрную космическую планету из стекла, воспринимается совершенно в иных координатах и приобретает одно из важнейших конкурентных преимуществ – неповторимость и узнаваемость.

Столь же модным сувениром становятся шарики марблс в России.

Впрочем, столь позднее открытие и признание в нашей стране этого всему миру известного предмета, насчитывающего тысячелетнюю историю, кажется непонятным и несправедливым. Ведь этот сияющий стеклянный шарик – далекий потомок тех кремневых и глиняных, которые многие тысячи лет назад были игрушками для древних людей.

В собрании Исторического Общества в штате Огайо есть ряд предметов, представляющих собой сферы, искусно вытесанные из камней и украшенные гравировкой. Они были найдены в индийских могильниках, датирующихся 300-200 годами до нашей эры. Пять таких шаров обнаружены в могиле ребенка, это позволило предположить, что они использовались в качестве игрушек.

В Древней Греции, Иудее и Риме дети играли с популярными орехами. В Европе были найдены стеклянные шарики, принесенные туда из Рима, однако были это украшения или детская игра, – неизвестно.

Стеклянные шарики есть в исторической коллекции венецианских мастеров девятого века, но игра, похожая по описанию на игру марблс, появляется вновь лишь в конце средневековья. Причем создается впечатление, что к тому времени игра в стеклянные шарики становится самой популярной в Европе.

Во Франции была известна игра "troule-en-madam", по условиям которой маленькие шарики нужно было закатить в специально вырытые пунки. Из Франции шарики перекочевали в Англию, где сформировалась детская игра.

Приблизительно двести лет назад из Китая были





привезены фарфоровые шарики – изысканные, расписанные вручную затейливыми рисунками и миниатюрами. По ним Европа знакомилась с загадочной культурой Китая.

С течением времени популярность игры не только не уменьшалась, но постепенно охватила весь мир. В 19 веке марблс появились в Америке и поселились там навсегда. Самый обаятельный литературный персонаж, озорной – изобретательный и непоседливый мальчишка Марка Твена Том Соуер – берет мзду за покраску забора в виде надкусанного яблока, дохой крысы и, что составляет самое главное богатство, горстки шариков марблс.

На Западе увлечение марблс носит характер мании, да так и называется. Существуют клубы коллекционеров марблс, оформителей, работающих с марблс, игроков. Проводятся мировые чемпионаты по марблс, издаются огромные красивые альбомы, посвященные коллекциям марблс, ими украшают вазы с цветами, выкладывают на дно аквариумов вместо речных камней, и даже фильмы не обходятся без них.

Естественно, что красота и изысканность марблс привели к тому, что дизайнеры стали активно использовать их в интерьерных композициях, во флористике и аквариумистике, в оформлении витрин. Если вы строите имидж своей компании как современной и следящей модным международным веяниям, то на любой выставке с помощью марблс вы сможете привлечь внимание посетителей необычным видом стенда, к которому захочется

подойти и изучить его внимательно. А после того, как внимание привлечено, качественный товар сам удержит посетителя.

Мировым лидером по производству марблс является мексиканская фирма "Vacor". Сегодня торговая марка "Vacor" известна тем, что постоянно и активно расширяет свой ассортимент. Ежедневно производится 14-16 миллионов марблс различных цветов и оттенков, 10 размеров (от 10 мм до 50 мм). В ас-



сортименте есть игровые и декоративные марблс. Эксклюзивным и единственным поставщиком "Vacor" в России является московская компания "МФ Поиск". ■

Владимир Капачев,

директор по развитию ООО "МФ Поиск"



Статья публикуется на правах рекламы