



ВИНО В ИСКУССТВЕ, ИЛИ ИСКУССТВО В ВИНЕ



ЭКСПЕРТЫ:
Кунгурова Екатерина,
Черепанова Марина

В прошлом номере мы рассказывали о силе воздействия арт-проектов как инструмента продвижения продукта на умы и эмоции потребителя. Продолжая выбранный курс, в этом номере мы хотим познакомить читателя с фотопроектom «Невинные чувства», который постепенно набирает обороты и в будущем обещает стать регулярным фестивалем.

Ежедневные вопросы маркетологов и pr-специалистов, тесно работающих с алкогольными брендами, звучат примерно так: Как привлечь посетителей в бутик? Как направить покупателя к своему бренду на полке с десятью одинаково качественными винами? Эти вопросы нас и подвигли на «Невинные чувства» - арт-проект, способный запечатлеть ваш бренд не только на фотографии, но и в памяти потребителя.

Мы подумали, что выделять бюджеты только на традиционные рекламные возможности можно было до кризиса, сейчас нужны дополнительные реальные методы увеличения продаж. Долгосрочные рекламные кампании - это залог успеха, но если идея не интересна, они превращаются в пустую трату средств. Симбиоз, где происходит взаимодействие между носителем и творческим содержанием, мгновенно вознаграждается вниманием потреби-

теля и, как следствие, увеличением продаж.

Одна постоянная посетительница наших дегустации говорила, что она пьет рубиновое вино Taurasi Vigna Macchia dei Goti только потому, что оно оставляет у нее приятные ей фантазии и образы, воспоминания. Другими словами, эти чувства делают ее лояльной покупательницей. Ведь точная органолептика напитка зачастую подвластна только профессиональным сомелье. Потребитель выбирает по принципу «нравится-не нравится», «дорого-недорого» и узнаваемости - где, когда и с кем было распито «это самое» вино. Последний принцип особенно характерен для романтиков.

Надо сказать, что особенно трудно рекламировать винные бренды. Их гораздо больше, чем водочных или коньячных. И выделить что-то особенное и запоминающееся покупателю трудно. Но сильная эмоция, ассоциируемая с брендом, уже не забудется.

Именно по этой причине наши «Невинные чувства» — стремление создать регулярный арт-проект, способный объединять единомышленников и постепенно наращивать аудиторию лояльных потребителей, где на площадке посетители имеют воз-



О ПРОЕКТЕ

«Невинные чувства» зародились в ноябре 2009 года. Цель – раскрыть винную эстетику: откупорить чувственную сторону такого не простого продукта, как алкоголь.

На проект откликнулось более 300 фотохудожников – профессионалов и любителей.

Победители первой волны участников - фотографы Алан Вобуа, Елена Сячина, Арсений Семенов, Александр Артамонов.

Авторы проекта: Екатерина Кунгурова, Марина Черепанова

Партнерами и спонсорами первого этапа проекта стали italynews.ru, туристическая компания «Трис-Т», Vand International, Soho Bridge.

Новые партнеры: Villa Raiano, Azienda Agricola Caggiano, GruppoBPC (Milan)

Познакомиться с проектом и принять участие:

nevinnie@mail.ru

возможность дегустировать напиток, изображенный на пленке фотографа или полотно художника.

Важно, что данный проект мобильный, гибкий и долгоиграющий. Он хорошо интегрируется в запуск новых брендов, любую отраслевую выставку, ему

не чужд cross-promotion с брендами из смежных сфер, может работать как самостоятельная экспозиция на любой арт-площадке, а также объединять несколько алкогольных брендов, не заставляя их конкурировать между собой.

Со временем продюсеры проекта намерены создать интеллигентный образ напитка, наполнить его большим изяществом, стилем, сделать волнительным и даже слегка эротичным.



Автор: Алан Вобуа



GRUPPOBPC

International Business
DevelopmentForeign Market
Assistance

Export and Joint Ventures

Foreign Assets
InvestmentsМеждународная
консалтинговая
компания

GruppoBPC International (Headquarters)

Via Washington, 5

20146 Milano – Italy

T +39 02 43 99 50 76

F +39 02 48 02 50 78

info@gruppobpc.com

www.gruppobpc.com/ru/international



Московский офис GruppoBPC International

Ивовая 6

129329 Москва - Россия

T +7 495 5092669

F +7 499 1895847

Email: marina.cherepanova@gruppobpc.com