



26 апреля в киноцентре «Октябрь» на Новом Арбате состоялась мировая премьера международного шоу «Ночь пожирателей рекламы». Более трех тысяч зрителей смогли посмотреть лучшие рекламные ролики со всего света.

Звездными гостями вечера стали Александр Цыпкин, Оксана Лаврентьева, Илья Глинников, Никас Сафронов, виджей MTV Александр Анатольевич, DJ Грув (Евгений Рудин), Ровшан Аскеров, радиоведущая Рита Митрофанова, режиссер Андрей Житинкин, дуэт BLACK CUPRO, актеры Александр Семчев и Дмитрий Грачев, телеведущий Владимир Антохин, виртуоз-аккордеонист Влад Скандалли, продюсер Елена Кипер и официальный представитель фестиваля Cannes Lions в России Владимир Евстафьев.

Ночной показ рекламы из коллекции эксцентричного француза Жана Мари Бурсико ежегодно проходит в нескольких десятках стран. В 2019 году мировое шествие фестиваля «Ночь пожирателей рекламы» началось в Москве.

Жан Мари Бурсико начал собирать рекламу, еще будучи подростком. В 1981 году он смонтировал пятчасовую пленку из своей коллекции рекламы и впервые организовал ночной показ. Он и предположить не мог, что его необычное увлечение найдет такой широкий отклик. С тех пор Жан Мари Бурсико является одним из главных идеологов рекламы как особого вида искусства.

Гости «Ночи пожирателей рекламы – 2019» смогли оценить авторскую программу Жана Мари Бурсико, которая была собрана из 400 работ в цельное драматургическое полотно и разделена на три части. В первой среди прочих можно было увидеть ролики IKEA, банка ING и конструктора сайта Wix, для которого снялся Джейсон Стейтем. Во второй гости вечера увидели Мартина Фримена, Snoor Dogg'a и Роджера Федерера, а также ролики Durex, Audi и других брендов. В заключительной части креативом порадовали рекламные работы традиционно изобретательного Axe, Planters с участием Чарли Шина, Bentley и Mercedes. Кроме того, на фестивале показали 10 самых популярных рекламных роликов за всю историю «Ночи пожирателей рекламы».

В рамках торжественного открытия прошло голосование: звездные гости события выбрали самые креативные ролики. Победителем стала пикантная реклама немецкой общественной организации ADAC, которая оказывает техническую, информационную и

юридическую помощь автомобилистам. Именно с этого ролика будут открывать фестивальную программу «Ночи пожирателей рекламы – 2019» в других городах.

{gallery}Adverts_night_2019_post{/gallery}

«Ходили вчера с Оксаной на Ночь пожирателей рекламы. Один из роликов взорвал. Возрастная семейная пара в бдсм костюмах, с плетками и всем набором. Причем нормально так возрастная, далеко к шестидесяти, и лица обычных бургеров, ну зажечь решили и в самый ответственный момент у дедка начинает вибрировать телефон. Он читает смс, а там от детей: «мы не понимаем, где бензобак, каким бензином заправляться, и тд». Реклама какой-то техподдержки на дорогах со слоганом: «дети, не мешайте родителям веселиться». Пришли домой, собрались лечь спать, но дети, компанией нас вытащили веселиться по ночным клубам. До двух ночи танцевали под @fedorfomin , а потом мы сдохли и сбежали домой под снисходительное: «понимаем, возраст....». В общем, нас надо в принципиально иной рекламе снимать. Но мысль другая. Часто приходится слышать, что одна из основ отношений - уметь что-то делать вместе. Отнюдь! Главное научиться вместе ничего не делать. То есть совсем НИЧЕГО. Просто тупить вдвоем часами и радоваться этому божественному процессу. Только так можно проверить истинность чувств. Остальное приложится», – написал в своем инстаграм-аккаунте Александр Цыпкин.

Для гостей вечера были доступны и другие активности на всех площадках киноцентра: промоакции, розыгрыш призов, инсталляции от Tata Polina & Dima Kamma, а также живая музыка и напитки. В антрактах отличное настроение зрителям создавали DJ Грив и дуэт BLACK CUPRO.

«Каждая «Ночь пожирателей рекламы» – уникальная компиляция рекламных роликов со всего мира, которую уже почти 40 лет создает Жан Мари Бурсико. Темой «Ночи пожирателей рекламы – 2019» стала идея перерождения: это время обновления, переоценки и свежего взгляда на привычные вещи. Новая программа – это не просто показ лучших рекламных роликов, это шоу-терапия с гарантированным позитивным эффектом для гостей, которые готовы стать частью большого творческого праздника», – сообщил генеральный директор и продюсер «Ночи пожирателей рекламы» Даниил Костинский.

В качестве генеральных партнеров фестиваля выступили компании Radisson Collection, ЛСР и ЕКА.

ИА Media Times по материалам пресс службы мероприятия