

Праздник рекламы

«Мы вам нужны». Это прозвучало свежо и поэтому впечатляло. Обычно в газету обращаются за помощью, а тут нам предлагали свои услуги.

Ни одно деловое предприятие не обходится без рекламы. С этой мыслью Феликса Алто, директора центра сатиры и юмора киевского театра-студии «Шарж», трудно не согласиться.

— Но значит ли это, что в рекламе пуждаются и вы?

— Разумеется.

— А почему, собственно, центр взялся за рекламу?

— Сухая, без выдумки реклама — антиреклама. А необычная форма подачи — половина успеха. Хорошая шутка всегда помогала доброму делу, а улыбка — поддерживать хорошее настроение, завязать контакт.

— Прежде всего, для кого он, «Праздник рекламы»?

— Если коротко, для всех. Реклама на то и реклама, чтобы брать в плен каждого и всех. На наш праздник могут идти семьями. В воскресенье, 21 октября, он начнется на Крестьянке. Киевляне и гости столицы наверняка привлечет праздничная ярмарка. Выставки-продажи, лотереи, аукционы... Там будут разыгрываться очень нужные и очень дорогостоящие вещи, теле-, видео-, радиоаппаратура, электротовары, предметы искусства, сувениры, посуда, одежда, круизные путевки и многое, многое другое. На ярмарку стоит идти с деньгами. Без всяких шуток.

— И можно надеяться на выигрыш?

— Если, разумеется, вы человек удачливый.

— А если не очень?

— То и в этом случае вы не прогадаете. Если не выиграете, скажем, меховое манто или автомобиль, то полюбуетесь на них вдоволь вы сможете, побывав на демонстрации конкурсных моделей современной одежды или выставке автомобилей

иностранных марок. Сюрпризов на празднике будет много, не хочу заранее раскрывать карты.

— Программа насыщенная, не хватает разве что экстрасенса.

— Как можно! Мы шагаем в ногу со временем. И у нас состоится оздоровительный сеанс, который проведет биоэнергосуггестолог, член республиканской ассоциации экстрасенсов Украины Леонид Сичкин.

— И все же, главное событие дня?

— Оно состоится в большом зале Октябрьского дворца. В реклам-шоу «Снимается кино» примут участие популярные артисты кино, театра, цирка, эстрады, известные спортсмены, чародеи, юмористы и другие интересные личности.

— А какое место на «Празднике рекламы» будет отведено тем, кто, можно сказать, кровно заинтересован в собственной рекламе?

— Предприятия, организации, творческие объединения, кооперативы, заинтересованные лица, которые станут спонсорами-заказчиками праздника, получат самую широкую возможность для рекламы своих товаров и услуг, организации выставок и экспозиций, демонстрации видеопрограмм, аукционов, деловых встреч и полезных контактов.

— А кто пожелал вложить свои средства в «Праздник рекламы»?

— Это киевский завод «Маяк», фирма «Орбита», Украинское управление гражданской авиации (международные авиалинии), ПО «Электронмаш», ПВО «Роксолана», Харьковский ГПИ, Украинский республиканский банк Сберегательного банка СССР, Украинское рекламное агентство, кременчугское ПО «Камертон».

— Что же заставило их вложить в ваш праздник свои средства?

— Уверенность, что реклама поможет расширить сферу деятельности. Ведь о «Празднике рекламы» будет снят фильм для Республикан-

ского телевидения, будет выпущена специальная печатная и сувенирная продукция: афиши, буклеты, календари, вымпелы и т. п.

— Только? И этого достаточно, чтобы привлечь деловых людей?

— Для серьезных контактов будет и время, и место. Деловые партнеры смогут встретиться в нашем бизнес-клубе, где можно будет заключить договор и получить информацию и консультацию искусственных в коммерческих делах менеджеров и юристов.

— А не опасаетесь ли вы суеты, что ли?

— Ничуть. Акредитация в бизнес-клубе стоит сто рублей. И в этом известная гарантия. Уверен, что к нам попадут только серьезные люди, солидные партнеры. В Октябрьском дворце будет развернута выставка «Реклама и общество». Всем, кто еще сомневается в воздействии рекламы на формирование общественного мнения, экспозиция представит все многообразие форм и методов рекламной деятельности.

— А не занимаетесь ли вы зряшным делом, активно рекламируя то, чего нет в наших магазинах? Пустые полки, которые мы видим каждый день, как-то плохо сочетаются с вашими планами развернуть праздничные buffety, пустить лоточников, которые доложат атмосферу праздника?

— Запаситесь юмором, приходите на «Праздник рекламы». Быть может, не так все плохо, как кажется. На этой оптимистической ноте и надо закончить рекламу «Праздника рекламы».

— Погодите, вернемся к началу интервью. Вы помните ваши слова?

— Конечно. И не отказываюсь от них, готов их повторить; мы вам нужны. Мы приглашаем газету участвовать в «Празднике рекламы» ко взаимной выгоде газеты и читателей.

— Принимаем приглашение.

Интервью взяла
Е. ПОЗДНЯКОВА.