

Ставка на белое

Контекст:

В городах регулярно демонстрируется реклама на LED-экранах, в то время, как в стране происходят плановые отключения электроэнергии в целях экономии.

Концепция:

Один из столпов философии бренда OQ — экологичность. Мы взяли за основу визуальную экологичность и стремление понизить количество потребления электроэнергии и предложили в качестве решения выкупить рекламное время на экранах и продемонстрировать энергосберегающую рекламу.

При демонстрации чёрного цвета энергия практически не расходуется. Используя это, мы решили использовать только белый логотип размером 1 × 0,5 м на чёрном фоне.

Это решение подчёркивает визуальную идентичку бренда и соответствует философии осознанного потребления.

Мы рассчитали экономию расхода электроэнергии при размещении чёрно-белого ролика, он был снижен с 195 523 кВт в месяц (при размещении цветной рекламы) до 2 232 кВт (при чёрно-белой). Поэтому мы предложили выкупить трансляцию на 30 самых популярных экранах города на протяжении месяца.

Выкупая время на трансляцию мы также предложили поставить трекары количества потребляемой электроэнергии, которая расходуется в 88 раз меньше, а рядом — пилон с описанием механики экономии, разработанную брендом OQ.



Сэкономленной энергии хватит на обеспечение электричеством 966 квартир*



* Как мы это посчитали?

Ссылка на исследование:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1y9XXRAz-sTNrZFritj40AEx8QBZr10E/edit?usp=sharing&ouid=100822633011503893591&tpof=true&sd=true>

Результат:

Подобный ход позволит привлечь внимание общественности и на своём примере продемонстрировать, как можно бережнее относиться к ресурсам.