

TELE2: Мафия сыграт «СВАДЬБУ»

13 июня 2007 года. Шведский сотовый оператор TELE2 запускает новую рекламную кампанию под кодовым названием «Свадьба».

Продолжается популярная многосерийная криминальная сага «Мафия»: успешное сотрудничество **TELE2** с креативным агентством **Partizan** и продакшн-группой **Guerilla Shots** вылилось в «Свадьбу». В новой серии непутёвый молодой мафиози Тони Бонелли наконец-то меняет оператора и с удовольствием терроризирует Сонни телефонными звонками во время свадьбы дочери Дона, ведь теперь ему это почти ничего не стоит.

Ключевое сообщение новой рекламной кампании — низкие тарифы TELE2 позволяют разговаривать по мобильному телефону без остановки. «Раньше Тони всегда пользовался дорогой связью, поэтому он редко звонил Дону, за что ему регулярно попадало. Мы запикивали бедного парня в сейф, выкидывали в окно, отправляли на Северный полюс и подвергали музыкальным пыткам, — комментирует Андрей **Чернышев, креативный директор агентства Partizan.** — В итоге Тони не выдержал, сменил своего дорогого мобильного оператора и, открыв для себя возможности недорогой связи, буквально сходит с ума и не может остановиться». Слоган «Зазвони их всех!» в юмористической форме стимулирует активно пользоваться услугами сотовой связи **TELE2** и в связке с иллюстративным рядом подчеркивает, что никаких препятствий для этого нет.

Какие ситуации являются наиболее типичными, знаковыми, явными, в которых телефонный звонок, очевидно, неуместен? Свадьба, похороны, публичное выступление – в них ответственность момента может быть подорвана банальным телефонным звонком. На соединении этих двух линий: Тони, получивший дешевую связь, позволяющую не думать о времени и деньгах, и Сонни, выступающий с речью на свадьбе у Дона, - рождается сюжетный казус. «Мы продолжаем полюбившуюся зрителям историю с участием мафиози, которые не хотят платить дорого, — **говорит Алексей Левченко, бренд-менеджер TELE2 Россия,** - но в новой кампании приближаем наших героев к простым людям, обращаясь к ситуациям, которые знакомы каждому. Таким, как свадьба. При этом типичная ситуация служит лишь фоном: главное – абонент сети TELE2 не ограничен в общении».

Для съемок ролика был выбран отель «Советский» - элитный отель с интерьером в стиле ретро 1950-х годов, позволяющим воссоздать обстановку, достойную свадьбу дочери Дона.

Рекламная кампания стартует 13 июня 2007 года во всех регионах присутствия TELE2 Россия на ТВ, по радио, в прессе и в наружной рекламе.

Рабочая группа:

Заказчик: **TELE2**

Бренд-менеджер – Алексей Левченко

Медиа-менеджер – Михаил Чернышев

Агентство: **Partizan**

Креативный директор - Андрей Чернышев

Арт-директор - Наталья Коржикова

Копирайтер - Ксения Казанцева

Продакшн: **Guerilla Shots**

Продюсер: Юрий Черняев

Режиссер: Пэт Холден (Pat Holden)

Оператор: Тони Митчелл (Tony Mitchell)

Музыка: Сергей Чекрыжев

TELE2 — ведущий альтернативный телекоммуникационный оператор в Европе. Сегодня TELE2 работает в 22 странах. Абонентская база холдинга насчитывает более 30 миллионов пользователей. В основе маркетинговой политики группы компаний лежит принцип самых выгодных цен на рынке. Опираясь на исключительные корпоративные ценности, компания предлагает наиболее востребованные телекоммуникационные услуги: стационарная и мобильная телефония, передача данных, доступ в Интернет и кабельное телевидение.

Компания TELE2 была основана Яном Стенбеком в 1993 году. С 1996 года акции TELE2 котируются на Стокгольмской бирже, Stockholmsbörsen, (TEL2A и TEL2B), а с 1997 года на бирже высоких технологий NASDAQ Stock Market (TLTOA и TLTOB).

В России TELE2 оказывает услуги мобильной связи стандарта GSM в 17 регионах: Санкт-Петербург и Ленинградская область, а также Архангельская, Мурманская, Новгородская, Иркутская, Кемеровская, Ростовская, Омская, Нижегородская, Смоленская, Курская, Воронежская, Белгородская, Липецкая, Челябинская области, Удмуртская Республика и Республика Коми.