

Ретро-реклама сигарет

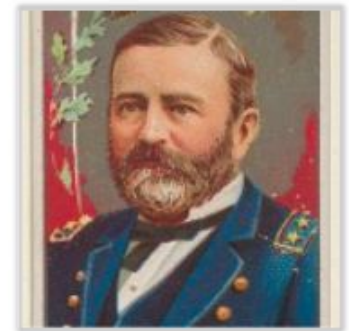
Кузнецова Елизавета 1ПО К-1

Как Camel, Lucky Strike и другие бренды продвигали табак ложными сведениями о здоровье и красоте

- Прошло уже больше 50 лет с публикации первого доклада медицинского управления США о вреде и опасности курения для здоровья. С тех пор законодательство разных стран сильно ограничило рекламу табака, но в некоторых странах продвижение этой категории до сих пор допустимо.
- Сейчас мы рассмотрим как трансформировался табачный маркетинг в 20 веке.



- Первоначально компании использовали так называемые торговые карточки, которые распространялись в 1900-х годах в пачках сигарет и изображали солдат, животных или политиков, например, президента США Уиллиса Гранта.
- Этот вид рекламы пользовался популярностью, поскольку люди коллекционировали эти карточки и стремились купить как можно больше разных пачек сигарет, даже если не особенно в них нуждались.



До этого момента плакаты и ролики маскировали вред от курения, приписывая ему лечебные свойства. Особенно популярным был **образ врача**, заставивший аудиторию поверить в **полезные качества продукта**.

- Например, в рекламе Lucky Strike 1930 года прямо указывалось, что сигареты марки меньше раздражают слизистую, а значит, противодействуют кашлю.



The figures quoted have been checked and certified to by LYBRAND, ROSS BROS AND MONTGOMERY Accountants and Auditors.

20,679* Physicians say **“LUCKIES** are *less irritating*”

“It’s toasted”

Your Throat Protection against irritation against cough



He's one of the busiest men in town. While his door may say *Office Hours 2 to 4*, he's actually on call 24 hours a day.

The doctor is a scientist, a diplomat, and a friendly sympathetic human being all in one, no matter how long and hard his schedule.

- В спонсорских материалах Camel находились рекомендации врачей курить сигареты именно этой марки.

According to a recent Nationwide survey:

MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,597 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preference. Three leading research organizations made the survey. The gist of the query was—What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel!

The rich, full flavor and cool mildness of Camel's superb blend of costlier tobaccos seem to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now.



Your "T-Zone" Will Tell You...

**T for Taste . . .
T for Throat . . .**

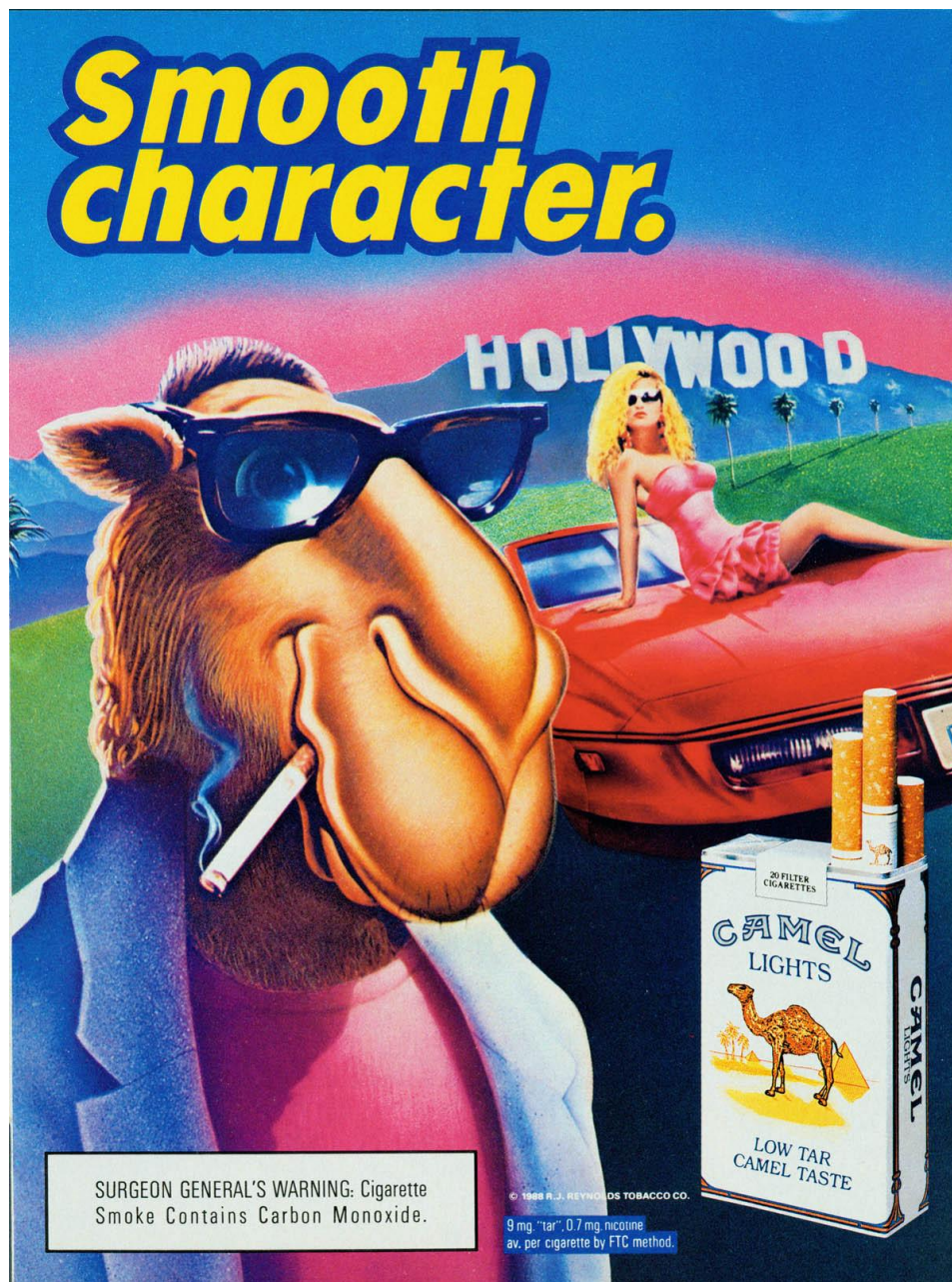
that's your proving ground for any cigarette. See if Camels don't suit your "T-Zone" to a "T."



H. J. REYNOLDS
Tobacco Company,
Winston-Salem, N. C.

CAMELS *Costlier Tobaccos*

- Реклама Camel, от которой компании пришлось отказаться из-за многочисленных судебных исков, которые утверждали, что плакаты направлены на детей.

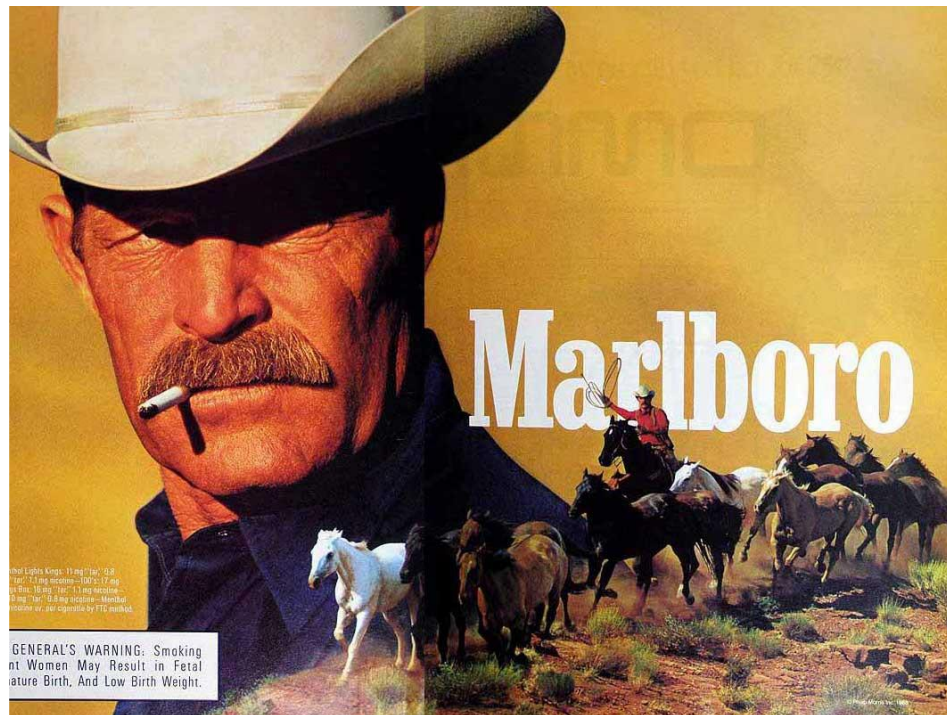


Табачные компании показывали в объявлениях веселых и энергичных людей. Часто это были спортсмены или шоумены, а также актеры, стоматологи, медики и учёные. Все подобные плакаты пытались успокоить общественность.



Реклама компании Brown & Williamson 1949 года

- Знаковой стала кампания «Ковбой Marlboro», разработанная в 1955 году. Раньше производитель позиционировал сигареты как дамские, поэтому окрашивал фильтр в красный цвет, который должен был скрыть следы от помады.
- Однако позже бренду понадобилась и мужская аудитория — для этого потребовался образ мужской силы и власти, каким стал Marlboro Man.



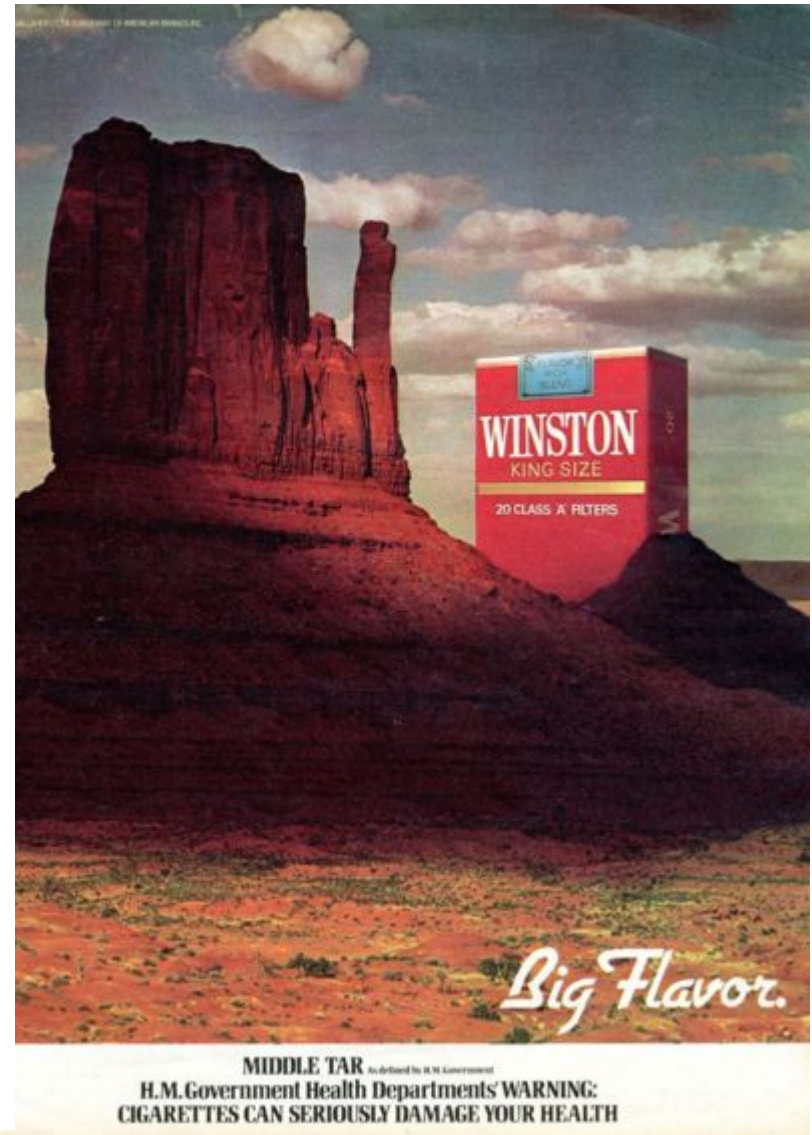
РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ СИГАРЕТ LUCKY STRIKE ПРОВЕДЕННАЯ ЭДВАРДОМ БЕРНЕЙСОМ В 1929 ГОДУ В НЬЮ-ЙОРКЕ

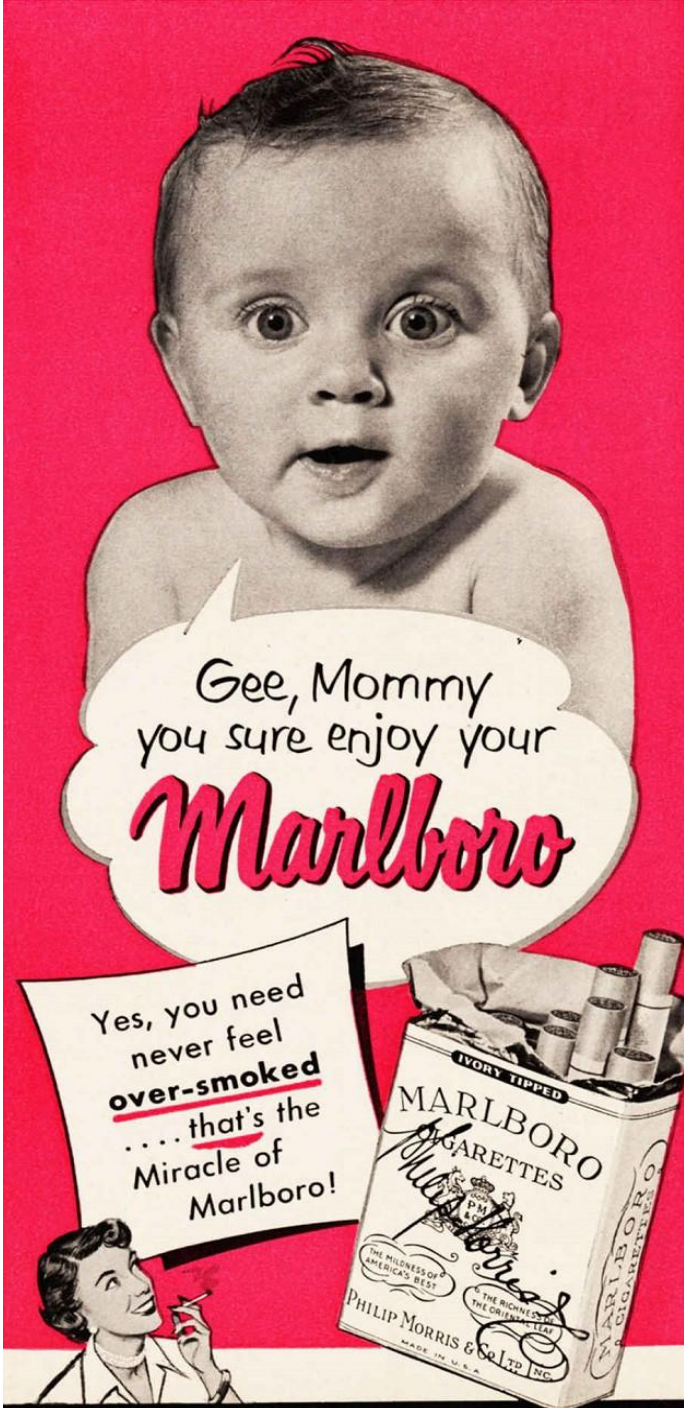


Компания Эдварда Бернейса «Факелы свободы» сумела сильно популяризировать курение в США, в особенности женское, которое раньше считалось непристойным и даже запрещалось.

Многие называют компанию легендарной, а самого Бернейса отцом современного пиара и рекламы.

- Кроме образов людей и животных, рекламщики эксплуатировали природные ландшафты. Горы, леса, озера и равнины должны были одновременно передать атмосферу раскрепощенности и пользы для здоровья.
- Компания R.J. Reynolds использовала американский ландшафт для продвижения за рубежом.





- Также табачные производители активно продвигали сигареты среди мам, рассказывая о безвредности дыма для детей.
- Товары позиционировались как средства для расслабления и способ понравиться женщине.

**I Remember
Momma and
Poppa!**



**FOR
MOTHER'S DAY
FATHER'S DAY - ANY DAY**

Take a Puff...
It is Springtime



You can take
Salem out of the
country but...