

Kultovní reklamy: Důmyslná skládačka Hondy spolkla filmařům 606 pokusů

17. října 2016 12:51

Reklama na Hondu Accord z roku 2003 je jedním z nejpěvovanějších spotů vůbec. Desítky dílů auta do sebe zapadají v důmyslně složitém mechanismu. Ten autoři připravovali šest měsíců, výsledku totiž chtěli docílit bez počítačových efektů.



Opěvovaná reklama na Hondu Accord „Cog“. | foto: Honda

Není to pěkné, když to všechno funguje? To jsou jediná slova ve slavném televizním spotu na Hondu Accord s názvem Cog. Tvůrcům se v něm podařilo sestavit rafinovaný řetězec událostí, jehož výsledkem je nová Honda. Ozubená kola předávají pohyb pneumatikám, které jedou do kopce, aby rozložily sedačku, a daly do pohybu další desítky dílů.

Svou roli v tomto světě dokonalé fyziky hraje všechno. Od vylitého oleje, přes po zemi chodící stěrače až po vzdušný vír, který vytvořil bizarní „kolotoč oken“. Úžasné je především to, že výsledkem se podařilo docílit bez počítačových efektů. Na první pohled je tomu těžké uvěřit, třeba když pneumatiky vyjedou do kopce. K tomu však stačil jednoduchý trik; stačilo umístit nahoru do každé z nich závaží.



Honda okouzila vychytanou a pořádně drahou reklamou | (1:59) | video: Honda

V době natáčení reklamy byla Honda na světovém trhu trojkou mezi japonskými automobilkami. Znamější byla Toyota a Nissan. Nedařilo se jí zejména v Evropě a ve Velké Británii, kde její prodeje padaly už od roku 1998.

V reakci na špatné výsledky najala automobilka londýnskou kreativní agenturu Wieden+Kennedy's, aby rozjela rozsáhlou kampaň v televizi, rozhlase, novinách i na ulici. Tehdy rozvinula svůj slogan „Power of dreams“ neboli Síla snů.

Reklama Cog byla vyvrcholením této kampaně. Poprvé ji odvysílali 6. dubna 2003. Plnohodnotná dvouminutová verze se objevila pouze desetkrát, avšak s pečlivě vybraným načasováním, například uprostřed exponovaných sportovních vysílání. Stačilo to však k obrovskému úspěchu. Reklamu přijala kritika a vyplatila se i finančně. Psalo se o ní v novinách, jako jsou The Daily Telegraph, The Independent a The Guardian.

Jen dva dlouhé záběry

Ve spotu se k sobě v komplikovaném mechanismu spojuje 85 různých dílů nové Hondy Accord. Vše bez speciálních efektů, pomocí počítače se však zvýraznil třeba postřik skla nebo zvukové efekty. Nicméně to, co vidíte, je skutečně výsledkem fyziky a stovek hodin experimentování. K tomu, aby filmaři docílili kýženého výsledku, pořídili celkem 606 pokusů. Navíc se celá reklama skládá z pouhých dvou stejně dlouhých zhruba minutových záběrů.

Reklama se vytvářela půl roku. První dva měsíce se připravovaly stovky náčrtků automobilových dílů v prapodivné kooperaci. Další čtyři měsíce trvala příprava, testování a natáčení. Některé nápady se realizovat nedaly, třeba nápad zakomponovat do složitého mechanismu vybuchující airbagy. Výsledné dva záběry se filmovaly čtyři dny. Aby vše fungovalo, musely se předměty umístit na svá místa s milimetrovou přesností.

Tvůrci spotu se inspirovali Rube Goldbergovým strojem. Goldberg byl americký umělec a vynálezce. Jeho stroj pomocí složitých mechanismů měl splnit jednoduchý úkol. Někomu možná reklama také připomene starou počítačovou hru Incredible Machine, která byla součástí prvních Windows.

Reklama stála 6,5 milionu dolarů a řadí se k historicky nejdražším televizním spotům. Ve svém roce sklídila mnoho ocenění, nicméně navzdory všem očekáváním nezvítězila na prestižním festivalu v Cannes.

[Seriál Kultovní reklamy](#)

Další slavné reklamy z domova i ze světa najdete v seriálu [Kultovní reklamy](#)

Autor: fih