

KLIMATKOMPENSERA DINA TRYCKSAKER

Vi hjälper dig att välja rätt papper och tryckeri för att hitta ett så miljösamt alternativ som möjligt. Genom att miljömärka ditt papper bidrar du till att råmaterialet i papperet kommer från hållbart brukade skogar.



VÄRLDENS BÄSTA REKLAMFILM 2010

Enligt Cannes Lions filmjury gjorde Nike den bästa reklamfilmen under 2010. Nike producerade filmen i samband med fotbolls-VM och i huvudrollerna finns fotbollsspelare som Cristiano Ronaldo och Wayne Rooney.
[youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=ISggaxXUS8k](https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=ISggaxXUS8k)



1 TIMME OCH 21 MINUTER

Så lång tid spenderar en svensk i åldersgruppen 9-79 år på Internet en genomsnittlig dag. Det är drygt en femtedel av den totala tid vi ägnar åt media. Internet fortsätter växa och närmar sig TV och radio.

Källa: Internetstatistik.se



Skannera QR-koden med din smartphone för att se filmen

Så kan det gå när man inte gillar Thore Skogman

Det var i slutet av 70-talet. Jag jobbade som art director på en reklambyrå i Sundsvall och hade med min kollega fått förtroendet att göra en rikskampanj för en av Sveriges största banker.

KAMPANJEN riktade sig till alla som skulle bli pensionärer det året med budskapet att välja just denna bank. Samtidigt gick Thore Skogman upp på Svensktoppen med "När man är en glad pensionär".

Döm om vår förvåning när vi slog upp måndagstidningen. I en annons stod det att Thore Skogman skulle inviga en butik i Sundsvall dagen därpå. Då slog det oss: Tänk om vi kunde få Thore att ställa upp på bild i annonsen toppat med rubriken "När man är en glad pensionär".

Min kollega och jag for till butiken och presenterade idén för Thore Skogman. Han ställde upp. "Ni får en timme på er innan jag åker hem med flyget", sa han. Vi bokade in oss i en fotostudio. Thore Skogman var en rutinerad kille och plåtningen gick som en dans. Han skuttade från ena sidan till den andra iförd en kostym som var till hälften gul och hälften blå, en mikrofon i handen och med ett glatt leende som dominerades av hans kända tandglugg.

Copyn och jag blev överlyckliga över resultatet. Jag förstörde bästa bilden och

typograferade rubriken "När man är en glad pensionär". Vi skickade skissen med post till Stockholm och avvaktade. Det gick en dag, två dagar, tre dagar och vi hörde inget. Plötsligt ringer telefonen. "Idén är refuserad". Chefen gillar nämligen inte Thore Skogman. Han ser istället framför sig en vacker naturbild med rubriken "Pensionär i år?"

Alla som är kreatörer vet säkert hur det känns när något bra blir refuserat. Så även jag. All luft och glöd liksom försvann. Jag ringde ett antal fotografer, frågade om de hade några vackra naturbilder och skickade dem till kunden för påseende. Efter några dagar kom bilderna tillbaka. En var markerad med "Denna tar vi". Bilden föreställde en kulle med några björkar, och en vacker blå himmel med vita moln. Jag beskar bilden och typade "Pensionär i år?"

Den färdiga kampanjen omfattade bland annat broschyter med bilden som



omslag. Annonser i rikspress hade bilden som blickfång och affischer med bilden i fokus hängde på bankens alla kontor.

Efter någon vecka ringde telefonen och en myndig röst säger "Detta får inte komma ut, kullen på bilden är en gravhög".

Så kan det gå när man inte gillar Thore Skogman. **FB**



STEN NILSSON

Art director & projektledare
Tel: 060-66 99 34