

LEHDISTÖTIEDOTE

Julkaisuvapaa 11.3.2010 klo 16.00

## **Uudenlainen idea osallisti kuluttajatkin**

### **Veikkauksen raaputettava ulkomainoskampanja voittoon Outdoor Champions 2009 –kisassa**

**Innovative-sarjan ulkomainoskampanja vei ensimmäistä kertaa voiton Outdoor Champions -kilpailussa. Vuoden 2009 OC Grand Prix -voittajaksi valittiin Veikkauksen arpauudistus -kampanja, johon sisältyi jättiarvan raaputtamista niin Postitalon seinällä kuin bussipysäkeilläkin. Suuri yleisö valitsi nettiäänestyksessä omaksi ulkomainossuosikikseen Hartwallin Otto – Mustaa vai valkoista? -kampanjan.**

Veikkauksen arpauudistus -kampanja vakuutti tuomariston ainutlaatuisella toiminnalla, jossa hyödynnettiin ulkomedian ominaisuuksia täysin uudella tavalla. Postitalon seinälle ripustetun jättilakanan noin viisi tuntia kestänyt fyysinen raaputus keräsi ison katsojajoukon keskellä Helsinkiä, minkä lisäksi kuluttajat saattoivat itsekkin osallistua kampanjaan raaputtamalla bussipysäkkien ulkomainoksia (video: <http://www.parasulkomainos.fi/veikkausvideo.php> ). Grand prix -voittaja Veikkaus Oy saa palkinnoksi yhteensä 50.000 euron arvosta mediatilaa Suomen Ulkomainosliiton jäsenyritysten ulkomainosvälineissä.

Kilpailun Innovative-sarjassa (erikoisratkaisut, ulkomedian uudenlainen käyttö) toiseksi sijoittui digitaalista ulkomediaa erinomaisesti hyödyntävä Seppälän joulu – Ainakin tuhat ihanaa yhdistelmää -kampanja. Kolmanneksi rankattiin Metsä Tissueen Lambi Limited Collection - lentoaseman naisten WC-tilan brändäys, joka oivallisella mediaympäristön valinnalla vie Suomi-kuvaa eteenpäin lentomatrustajien mukana.

Real-sarjassa (perinteiset ulkomainosratkaisut) tuomaristo valitsi voittajaksi McDonaldsin The Real Milkshake -julisteeseen, jonka hauska oivallus saa katsojassa aikaan tunnereaktion ja jättää muistijäljen. Toiseksi sijoittui HIFK:n Kandee hiffaa skaffaa tsetti, joka kotikutoisella toteutuksellaan puhuttelee muidenkin joukkueiden kannattajia ja käy samalla stadin peruskurssista. Sarjan kolmanneksi valittiin Hartwallin Otto Vadelma uutuuksilanseeraus, jonka sanaleikin koettiin toimivan ja puhuttavan kuluttajia kaikessa röyhkeydessään. Lisäksi Real-sarjassa annettiin kunniamaininta Sinebrychoffin Karhu Sauna + löyly -kampanjalle erinomaisesta kampanjatoteutuksesta ja viimeistelystä.

Nettiäänestyksessä [www.parasulkomainos.fi](http://www.parasulkomainos.fi) -sivustolla yleisö valitsi vuoden parhaaksi ulkomainokseksi Hartwallin Otto – Mustaa vai valkoista? -kampanjan. Kaikkien äänestäneiden kesken arvotun 300 euron matkalahjakortin voitti Heini Nurmi Helsingistä.

## **Innovatiivisten ideoiden esiinmarssi**

OC 2009 -kilpailun parhaimmisto karsiutui Grand Prix -finaaliin kaikkiaan yli 2000 ulkomedioissa

julkaistun kampanjan joukosta kuukausittaisten esiraaditusten ja tuomari-arviointien kautta. Finaalishort-listalle pääsi kaikkiaan 19 työtä, joista Innovative-sarjan erikoistoteutuksia oli ennätysmäärä. Ensimmäistä kertaa kilpailun historiassa sarjan edustaja voitti Grand Prix -palkinnon.

”Uudenlaiset ideat ja parhaat toteutukset erottuivat helposti ja positiivisesti joukosta. Taantuma näkyi viime vuonna selkeästi mediainvestoinneissa ja ilmeisesti se vaikutti jonkin verran myös ulkomainonnan toteutuksiin. Klassisen julistesuunnittelun helmiä joukossa oli jonkin verran, mutta yllättävän paljon edelleenkin viedään printtimainoksia lähes sellaisenaan ulkomedioihin. Toivottavasti kilpailun kärkeen kirineet mainokset ja kampanjat kannustavat mainostajia ja suunnittelijoita innovatiiviseen lähestymistapaan ja avaavat laajemminkin tietä ulkomedian omista lähtökohdista suunniteltavalle mainonnalle”, toteaa OC 2009-tuomariston puheenjohtaja, Bob Helsingin AD Anu Igoni.

Igonin ohella tuomaristossa toimivat copy Sari Mikkonen-Mannila Skandaalista, AD Petteri Vilkki SEK:stä, copy Vesa Kujala Dynamosta ja AD Paula Orre PHS:ltä sekä Posterscope Finlandin country manager Maarika Virtanen ja Reilua.fi Oy:n toimitusjohtaja Antti Lauslahti. Tuomaristo on ottanut huomioon jääviyskysymykset kilpailutöistä äänestessään.

#### **Lisätietoja:**

Toiminnanjohtaja Jaana Vyyryläinen, Outdoor Finland – Suomen Ulkomainosliitto  
puhelin: 0400-958 658, sähköposti: [jaana.vyyrylainen@outdoorfinland.fi](mailto:jaana.vyyrylainen@outdoorfinland.fi)

#### **Kuvamateriaalia:**

[www.outdoorfinland.fi/kuvapankki](http://www.outdoorfinland.fi/kuvapankki)

*LIITE: Vuoden 2009 parhaat ulkomainokset ja tuomariston perustelut*

#### **Outdoor Champions-kilpailu**

*Outdoor Champions on ulkomainosalan SM-kisa, jonka avulla Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto pyrkii korostamaan median erityisominaisuuksia, edistämään alan kulttuuria ja innostamaan mainostajia ja mainonnan tekijöitä yhä kunnianhimoisempiin saavutuksiin. Real-sarjassa kilpailevat perinteiset ulkomainosratkaisut, Innovative-sarja on puolestaan tarkoitettu erilaisille erikoisratkaisuille ja -toteutuksille. Sarjoissa ovat automaattisesti mukana liiton jäsenyritysten ulkomainospaikoilla Suomessa julkaistut työt. Muiden ulkomainosyhtiöiden välisessä julkaistut mainokset on ilmoitettava erikseen mukaan kilpailuun. OC-kilpailussa jaetaan vuosittain 50.000 euron arvosta mediatilaa Grand Prix-palkinnon voittaneelle mainostajalle.*

#### **Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto**

*Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto on järjestö, joka toimii koko ulkomainosalan edustajana, edunvalvojana ja kehittäjänä Suomessa. Outdoor Finland kehittää jatkuvasti yhteistyötä oman jäsenkuntansa sekä mainostoimistojen, mediatoimistojen ja mainostajien kesken. Liitto hoitaa myös aktiivisesti yhteyksiä ulkomainonnan valvonnasta ja säätelystä vastaaviin viranomaisiin. Tavoitteena on lisäksi parantaa ulkomedian laatua ja vaikuttavuutta, nostaa ulkomainonnan suunnittelun tasoa sekä kehittää alan tutkimustoimintaa. Järjestön varsinaiset jäsenet ovat JCDecaux Finland Oy, Clear Channel Suomi Oy, Masanttimedia Oy ja MT Mediateko Oy. [www.outdoorfinland.fi](http://www.outdoorfinland.fi)*