

## **”Älä kailota”-kampanja voitti Outdoor Champions 2007 -kilpailun**

***Viestintäviraston, julkisen liikenteen harjoittajien ja matkapuhelinoperaattoreiden ”Älä kailota”-kampanja valittiin Grand Prix-voittajaksi Outdoor Champions 2007 – ulkomainoskilpailussa. Raitiovaunuissa, metroissa ja junissa julkaistu kampanja erottui selkeästi terävällä viestillään, visuaalisella ideallaan ja erityisesti sillä, että suunnittelussa on otettu lähtökohdaksi ulkomainonnan mediaympäristö ja kuluttajan kohtaaminen. Myös suuri yleisö valitsi nettiäänestyksessä saman kännykäetikettikampanjan omaksi suosikikseen.***

Grand Prix -voittajakampanja kilpaili Outdoor Finland – Suomen ulkomainosliiton järjestämän kisan Real-sarjassa (perinteiset ulkomainosratkaisut). Toiseksi tässä sarjassa sijoittuivat SDP:n eduskuntavaalikampanjan julisteet, joita tuomaristo piti hyvään visuaaliseen ideaan perustuvina, pelkistettyinä klassisina julisteina. Lisäksi tuomaristo antoi kunniamaininnan Sexhibition-messujen ulkomainokselle, jossa monelle kuluttajalle arkaluontoinen asia oli onnistuttu viestimään hauskasti ja mediaympäristöön sopivasti.

Erikoisratkaisujen Innovative-sarjassa voittajaksi valittiin Helsingin Sanomien ”Maanalaisprojekti 2.0” -metrojen yliteippaustoteutus. Se on tuomariston mukaan näyttävä ja loistava median haltuunotto, jota ei voi olla huomaamatta. Sarjassa annettiin myös kunniamaininta MTV3:n Idols 2007 -metrotaululle, jonka interaktiivinen toteutus haastaa vastaanottajan mukaan leikkiin.

OC 2007 Grand Prix-voittokampanjan tekijät eli mainostoimisto Publicis Helsingin tiimi palkittiin VIP-matkalla Lontooseen. Mainostaja eli Viestintävirasto saa 50 000 euron arvosta mediatilaa Clear Channelin ja JCDecaux’n ulkomainosvälineissä.

Suuri yleisö oli tuomariston kanssa samaa mieltä eli äänesti netissä ”Älä kailota”-kampanjan vuoden 2007 ulkomainokseksi. Kaikkien äänestäneiden kesken arvotun Lontoon-matkapalkinnon voitti Paula Kanninen Helsingistä. Voittajalle on ilmoitettu asiasta henkilökohtaisesti.

### **Ulkomediala edellyttää erilaista lähestymistapaa**

Outdoor Champions -kilpailun tavoitteena on tuoda esiin ulkomedian erityisominaisuuksia sekä innostaa mainostajia ja mainonnan tekijöitä uusiin ja omaperäisiin toteutuksiin. OC 2007-tuomaristo kiinnitti arvioinnissaan erityistä huomiota siihen, miten mediaympäristö – kuten tilanne, paikka, aika sekä julisteen ja kohderyhmän suhde – on suunnittelussa otettu huomioon. Myös viestin selkeys ja teho sekä toteutuksen visuaalinen omaperäisyys ovat tärkeitä kilpailukriteereitä.

”Näiden kriteerien pohjalta kärki erottui selkeästi”, linjaa tuomariston puheenjohtaja **Unto Paltemaa**. ”Yleiskuva vuoden kokonaistarjonnasta on sellainen, että edelleen valtaosassa printti on tuotu suoraan ulkomainontaan, vaikka tekstipitoisen printtimainoksen suurentaminen sellaisenaan ulkomediaan ei kertakaikkiaan toimi. Grand Prix -voittaja on selvästi ulkomainonnan lähtökohdista suunniteltu ratkaisu, joka toimii hienosti valitussa mediaympäristössä. Myös viesti on terävä ja lähestymistapa sellainen, että se menee perille – uskomme, että ”Älä kailota” -kampanja on todella vaikuttanut ihmisten kännykkäkäyttämiseen julkisissa kulkuvälineissä.”

Yhtenä trendinä viime vuoden ulkomainonnassa erottui tilan haltuunotto eli ulkomainonta yhdistettynä tapahtumamarkkinointiin. Lisää kunnianhimoa kuitenkin kaivataan – tuomariston mukaan uudet ja omaperäiset ratkaisut puuttuivat, vaikka yritystä innovatiivisuuden suuntaan jo oli.

Vuosittaiseen Outdoor Champions –kilpailuun osallistuvat automaattisesti kaikki kyseisenä vuonna Clear Channelin ja JCDecaux´n välineissä julkaistut sekä erikseen ilmoittautumalla muiden yhtiöiden välineissä julkaistut ulkomainokset. Vuonna 2007 julkaistujen mainosten/kampanjoiden kokonaismäärä oli lähes 2000, joista Grand Prix -finaaliin karsiutui useiden esiraaditusten ja tuomari-arviointien perusteella kaikkiaan 14 työtä. OC 2007 -tuomaristoon kuuluivat Paltemaan lisäksi Bob Helsingin copy lina Merikallio, Viestintätoimisto Drumin copy Mikko Koivulehti, Egon AD Roy Haapakoski, Dynamon AD Ripa Hankaniemi, OMD:n suunnittelupäällikkö Katariina Korremäki, Ruokakeskon markkinointipäällikkö Ari Rissanen ja DNA Finlandin myynti- ja markkinointipäällikkö Juha Rahko.

Outdoor Champions 2008 on parhaillaan käynnissä.

#### **Lisätietoja:**

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

**LIITE:** Vuoden 2007 parhaat ulkomainokset ja tuomariston perustelut

#### **Kuvamateriaalia:**

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

#### **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 ja Clear Channel Suomi Oy. [www.outdoorfinland.fi](http://www.outdoorfinland.fi)*

## **LIITE: Vuoden 2007 parhaat ulkomainokset ja tuomariston perustelut**

### **Grand Prix- voittaja 2007:**

#### **Älä kailota**

"Grand Prix -voittaja on selvästi ulkomainonnan lähtökohdista suunniteltu ratkaisu, joka toimii hienosti valitussa mediaympäristössä. Myös viesti on terävä ja lähestymistapa sellainen, että se menee perille – uskomme, että "Älä kailota" -kampanja on todella vaikuttanut ihmisten kännykkäkäyttämiseen julkisissa kulkuvälineissä."

**Väline:** metrot, raitiovaunut, bussit

**Mainostaja:** Viestintävirasto, viestintäjohtaja Anna Lauttamus-Kauppila, tiedottaja Sari Salmela

**Mainostoimisto:** Publicis Helsinki, luova johtaja Anthony Wolch, AD Mikko Tikander, copy Suvi Lähde, tuotanto-AD Marcus Merkl, yhteysjohtaja Carita Valve, johtaja Heikki Veijola

**Mediatoimisto:** Oy Dagmar Ab, suunnittelupäällikkö Marjut Aakko

### **Real-sarja (perinteiset ulkomainosratkaisut):**

#### **1. Älä kailota**

*"Selkeästi ulkomainonnallinen ratkaisu - suunniteltu valitun median lähtökohdista. Ottaa huomioon kuluttajan kohtaamisen. Terävä viesti – kuulua-sanan kaksi eri merkitystä hienosti mukana. Yhteiskunnallinen mainonta on haastava laji, mutta tämä lähestymistapa oikeasti puhuttelee ihmisiä."*

**Väline:** metrot, raitiovaunut, bussit

**Mainostaja:** Viestintävirasto, viestintäjohtaja Anna Lauttamus-Kauppila, tiedottaja Sari Salmela

**Mainostoimisto:** Publicis Helsinki, luova johtaja Anthony Wolch, AD Mikko Tikander, copy Suvi Lähde, tuotanto-AD Marcus Merkl, yhteysjohtaja Carita Valve, johtaja Heikki Veijola

**Mediatoimisto:** Oy Dagmar Ab, suunnittelupäällikkö Marjut Aakko

#### **2. Eduskuntavaalit 2007: Minä – Me (bussi ja pyörätuoli -versiot)**

*"Jämäkkä statement, ei selittelyä. Selkeä idea, joka on viimeisen päälle pelkistetty ulkomainokseksi. Klassinen juliste, joita näkee nykyään harvoin."*

**Väline:** Abribus

**Mainostaja:** SDP – Suomen Sosiaalidemokraattinen Puolue r.p., kampanjapäällikkö Vesa Mauriala, tiedotussihteeri Matti Hirvola, puoluesihteeri Maarit Feldt-Ranta

**Mainostoimisto:** Dynamo Oy, projektijohtaja/planner Piritta Koivisto, projektijohtaja Tuula Aula, AD Ilkka Kärkkäinen, mainonnan suunnittelija/copy Reijo Taajaranta, mainonnan suunnittelija/copy Timo Silvennoinen, graafinen suunnittelija Pekka Toivonen, graafinen suunnittelija Sanna Paananen, tuotanto-AD Isa Lindeblad, tuotantosuunnittelija Eila Turunen

**Mediatoimisto:** Oy Carat Finland Ab, account manager Hannele Mosander, mediaplanner Hannele Korhonen

### **Kunniamaininta: I Love Sex**

*”Sexhibition on sitkeästi etsinyt oikeanlaista tapaa mainostaa. Tässä on löydetty keino tuoda arkaluontoinen asia kuluttajien silmien eteen hauskasti ja mediaympäristöön sopivasti.”*

**Väline:** Hakamäenportti – työmaa-alueen rajaava aita

**Mainostaja:** Sexhibition-messut, toimitusjohtaja Mika Erkkilä

**Mainostoimisto:** Mainostoimisto Backman & Heinonen Oy, copywriter Janne Backman, AD Mikko Vuorio, projektijohtaja Henrik Visuri, tuotanto-AD Sami Hakala

**Mediatoimisto:** -

### **Innovative-sarja (erikoisratkaisut, ulkomedian uudenlainen käyttö ja toteutus):**

#### **1. Maanalaisprojekti 2.0**

*”Loistava median haltuunotto – mediaympäristö otettu hienosti huomioon. Mahtava, Hesarille sopiva idea ja täsmällinen, näyttävä toteutus. Tämä ei jää huomaamatta.”*

**Väline:** yliteipatut metrovaunut

**Mainostaja:** Helsingin Sanomat Oy, markkinointijohtaja Caroline Lilius

**Mainostoimisto:** Hasan & partners Oy, projektijohtaja Panu Nordlund, AD Ale Lauraeus, copy Erkki Izarra, projektipäällikkö Barbara Sorsa, graafinen suunnittelija Jarkko Talonpoika

**Mediatoimisto:** Oy Dagmar Ab, suunnittelupäällikkö Raija Piitulainen

#### **Kunniamaininta: Idols 2007**

*”Ajankohtaan sopiva, interaktiivinen ulkomainos, joka haastaa mukaan leikkiin. Ohjelmaformaatti hienosti mukana toteutuksessa.”*

**Väline:** metrotaulu + lattiatarra

**Mainostaja:** MTV3, markkinointipäällikkö Mia Selroos, kanavajohtaja Sami Rahnasto

**Mainostoimisto:** PHS, projektijohtaja Jere Teutari, copy Erkkö Mannila, copy Tommy Mäkinen, AD Minna Lavola, projektipäällikkö Elena Berger, strategiajohtaja Tommi Laiho, tuotanto-Ad Sini Welling

**Mediatoimisto:** Oy Carat Finland Ab, Sinikka Yletyinen