

Ka õhk võib tappa

Reklaam, Sotsiaalkampaania

Tallinna Lastehaigla Toetusfond

EST

Kampaania kirjeldus:

Eestis saab vähidiagnoosi 35 last aastas. Keemiaravile järgneval 14 päeval on organism nii habras, et iga õhus lendlev bakter on lapsele eluohtlik. Et see aeg üle elada, on vaja infektsioonikindlat autonoomse ventilatsiooniga palatit, mille ehitamiseks kogub Tallinna Lastehaigla Toetusfond raha.

Teostuse ja elluviimise kirjeldus:

Kuna fookuses on lapsed, seadsime eesmärgiks luua kampaania, mis tasakaalustaks teema raskust, kuid oleks samas piisavalt valus, et tõmmata vajalikku tähelepanu. Lahenduseks sai isolatsioonipalati kujutamine last ümbritseva mullina, mis kujundina sümboliseerib helgust, mängulisust ja lootust, ent samas säilitab palatile omase steriilsuse. Helget kaitsemulli ümbritsevad visuaalil süngus ja õhus lendlevad bakterid, mis sümboliseerivad last ümbritseva välismaailma ohtlikkust.

Slogani loomisel oli eesmärk tõmmata inimeste tähelepanu ning näidata raske haigusega võitleva organismi äärmist haavatavust – “Ka õhk võib tappa” ei jäta palju tõlgendamisruumi.

Teostuse ja elluviimise kirjeldus:

Kuna tegu on enam kui üheaastase kampaaniaga, pole meil lõpptulemusi veel võimalik välja tuua. Küll on juba teada, et kampaania esimese kolme kuuga tõusis annetuste hulk võrreldes eelmise aastaga kahekordselt.

ENG

Campaign description:

As many as 35 children are diagnosed with cancer in Estonia every year. For 14 days after chemotherapy the body is so fragile that each bacterium is life-threatening. So as to survive that time children need an infection-resistant ward with autonomous ventilation. Tallinn Children's Hospital Foundation collects money to build the new wards.

Execution description:

As the focus is on children we aimed to create a campaign that would balance heaviness of the theme but at the same time would be painful enough to get the attention needed. The solution was to depict the isolation ward as a bubble surrounding a child. As a metaphor the bubble represents brightness, playfulness and hope, but at the same time preserves the sterility inherent to the ward. The bright protective bubble is surrounded by gloominess and flying bacteria that symbolise the dangerous outside world. The purpose of the campaign slogan was to draw people's attention and show the body's vulnerability while fighting a severe disease – “The air can kill too” doesn't leave much room for interpretation.

Summary of the campaign results:

As this campaign lasts for more than a year, we do not have all the results yet. However, we can already tell that during the first three months of the campaign the amount of donations grew twice compared to last year.

Slogan:

The air can kill too

TVC VO:

There are moments when time seems to stop.

As many as 35 children are diagnosed with cancer in Estonia every year. Such children need special protection to make it out of the battle alive! Call our donation lines to contribute to the creation of new isolation wards.