

BRIEF #1: „WALKA Z BIEDĄ”

Idea:

Spot ma zmienić spojrzenie Polaków na ludzi biednych. Ma pokazać ich z nowej perspektywy – nie jako ludzi nieporadnych, biernych i przegranych, ale jako BOHATERÓW, którzy na co dzień zmagają się z trudnościami walcząc o lepsze życie.

Najtrudniejsze w biedzie jest wykluczenie społeczne, obojętność czy nawet pogarda, z jaką na biednych potrafią patrzeć inni. Nagła choroba, śmierć członka rodziny, wypadek, utrata pracy, starość i samotność – wystarczy niewiele, by w dzisiejszym świecie zostać przekreślonym i uznanym za „gorszego”. To wykluczenie prowadzi do braku wiary w siebie i swoje życie. Przytłacza i często uniemożliwia wyjście z biedy.

Spot ma być więc wyrazem buntu przeciwko okrutnemu wykluczaniu ludzi z życia społecznego i postrzeganiu ludzi biednych jako przegranych. Ma pokazać ich jako bohaterów, którzy walczą. Bo chwilowy kryzys nie oznacza przegranego życia.

Co ma pozostać w głowie odbiorcy:

Ludzie biedni to bohaterowie, którzy mimo trudności jakie ich spotkały, nie poddają się i walczą o lepszą przyszłość. Zaslugują na szacunek i wiarę w nich. Bo w każdym człowieku kryje się niezwykle potężna siła.

SZLACHETNA PACZKA jest impulsem, który tę siłę wydobywa i roznieca. Dzięki niej ludzie na nowo chcą walczyć z biedą i pokonywać trudności. Dzięki niej przestają czuć się gorsi i wykluczeni, to uczucie dodaje im skrzydeł.

Spot powinien budzić w odbiorcy wewnętrzną siłę do walki z własnymi przeciwnościami – niezależnie jak wielkimi. Ma wzbudzać pozytywne emocje.

Rola Marki „SZLACHETNA PACZKA” w spotcie:

SZLACHETNA PACZKA NIE jest przedstawiana głównie jako pomoc materialna. W spotcie PACZKA powinna być pokazana symbolicznie - jako impuls do zmiany sytuacji potrzebujących i jako źródło siły do walki, dzięki której potrzebujący „podnoszą się z kolan”. Po tym „powstaniu” walczą dalej z innym nastawieniem – wierzą w to, że są silni i wartościowi.

Kto jest odbiorcą:

Spot ma być adresowany do osób, które kiedykolwiek spotkały się z ludźmi potrzebującymi lub sami nimi byli.

Wymogi:

- Długość: od 30 do 60 sekund,
- Pozytywny przekaz,
- Dodatkowym atutem w przedstawieniu motywu walki będzie nawiązanie do świata sportowców,
- Dodatkowym atutem będzie wykorzystanie symboliki archetypicznych bohaterów.