

Parents of Child Road Victims

Belgisk viral case hvis formål var at skabe opmærksomhed omkring trafiksikkerhed og brug af mobiltelefon bag rattet.

Udfordring:

Der var sket en stigning i færdselsulykker forårsaget af brug af mobiltelefon bag rattet. OVK – Parents of Child Road Victims ønskede at udbrede budskabet om farerne ved brug af mobiltelefonen mens der køres bil.

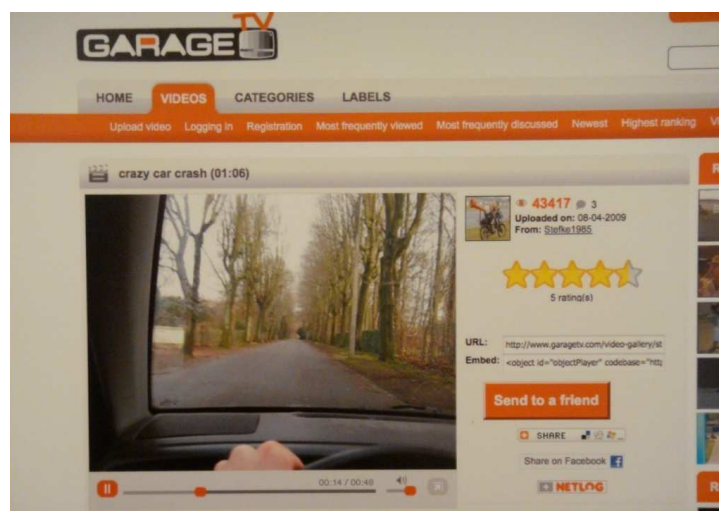
Løsning:

Der oprettes et kampagnesite hvor man kan sende video til sine venner:

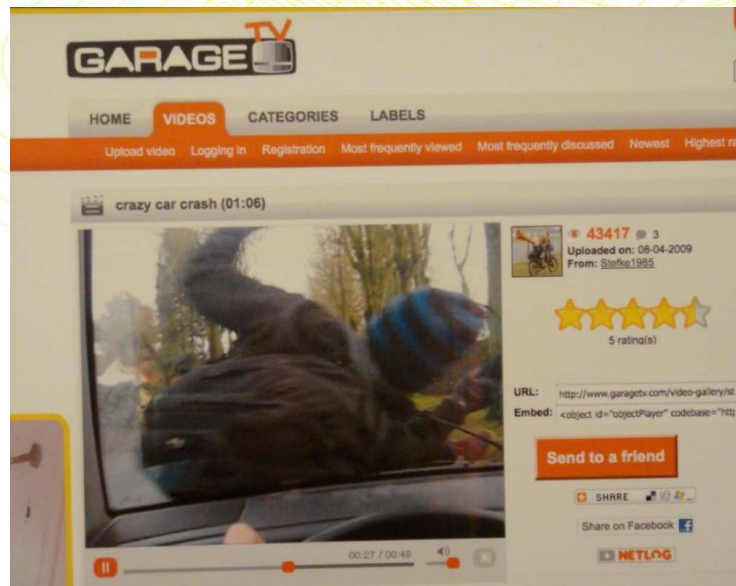
www.letitring.be

- På websitet sender man et link til en video til en ven, hvor man forinden har oplyst vennens e-mailadresse og mobilnummer
- Videoen forekommer som en helt almindelig video fra et belgisk video-sharing site
- Hvad vennen ikke ved, er at han selv spiller hovedrollen i denne film

1. Når vennen åbner videoen, vil dennes mobiltelefon kort efter ringe



2. Hvis han svarer mobilen, kommer personen pludselig ud for et uheld i videoen



Resultatet:

- Folk så den direkte konsekvens af deres handling → en ulykke
- Tusindvis af folk blev opmærksomme på kampagnen allerede indenfor de første to uger
- Aviser og blogs var med til at sprede budskabet
- Vigtigst af alt: Folk husker budskabet: **"LET IT RING"**

Info:

Annoncør: OVK (Parents of Child Road Victims)

Bureau: Happiness-Brussels

Land: Belgien

Kampagnestart: Juni 2009

Awards:

- Cannes Lions 2009 Promo Gold
- Cannes Lions 2009 Direct Gold
- Cannes Lions 2009 Media Silver

