

Lowe Brindfors och Folkoperan tog Don Giovanni själv till hjälp i sin kampanj för Mozart-uppsättningen på Confidencen. Och juryn lät sig villigt förföras ...



KALLE ALFREDSSON kalle.alfredsson@resume.se

Christella Haglund
sångerska

Kan vi ses
ihväll på
Gondolen?
Puss

Jenny Hülphes, spelar oboe!
0706-84 03 74

Annicka Hultgren

Monica Jonsson, cellist

Birthe Jonsson VIOLINIST

Christella Karlsson 616 07 00
kontorssamfund

Ellen Kosmo, HORNIST

H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
X
Y
Z
Å
Ä
Ö

Med ett rosa förförartema tog Folkoperan och Lowe Brindfors hem förstaplatsen.

1 DON GIOVANNI FÖRFÖRDE HELA JURYN KUND: FOLKOPERAN BYRÅ: LOWE BRINDFORS

DON GIOVANNI

Uppdragsgivare: Elenor Wolgers och Lisa Boström

Arbetsgrupp: Rickard Villard ad, Kalle dos Santos ad, Olle Langseth copywriter, Jonas Nilsson projektledare, Cecilia von Uexkull produktionsledare, Margaretha Ekstrand-Almér grafisk formgivare/ad-assistent och original, Jakob Brundin original, Barbara Bunke kalligrafi, Lisa Granberg och Linda Beming, ateljéassistenter, Per Tofft (Pcbyrån) faktor

För sjätte sommaren i rad spelade Folkoperan på Ulriksdals slottsteater, Confidencen. För att fira att det i år är 250 år sedan Mozart föddes gavs "Don Giovanni", av många ansedd som Mozarts bästa opera. Inför premiären och i sann tjustraranda delades rosa rosor ut till press, vänner, kunder och sponsorer. Med rosen följde ett meddelande skrivet på en rosa lapp, "Möt mig på Confidencen kl.16 den 30 juli" under-tecknat "Don Giovanni"

Idén är egentligen ganska enkel och självklar. Don Giovanni är ju en förförare av rang och vi ville använda det i marknadsföringen, men med finesse. Eftersom rosa dessutom är ett genomgående tema i föreställningen och används både på kläder och dekor valde vi rosa rosor i stället för de mer traditio-

nella röda, säger Olle Langseth, copy på Lowe Brindfors.

Förförartemat återkom även på programmet till föreställningen i form av en fullspäckad adressbok med namn och telefonnummer till samtliga kvinnor i föreställningen. Förutom information om föreställningen fanns också rosa post-it-lappar med amorösa meddelanden, som till exempel "Kan inte sluta lukta på skjortan du glömde hos mig!//Anette".

Det var ännu en tolkning av samma tanke. Självklart har Don Giovanni en fulltecknad adressbok med bara kvinnliga namn. Det var väldigt kul att de kvinnliga aktörerna ställde upp med sina verkliga telefonnummer.

Med i adressboken "råkar" också ett utskrivet mejl finnas med från Eric Sjö-

ström, vd på Folkoperan. I mejlet stäms några punkter av inför premiären.

Genom att ge intryck av att mejlet hamnat där av misstag ges lite "off the record"-information som bonus.

BYRÅTOPPEN 2006

| | | |
|-----|-------------------|----|
| 1. | Garbergs | 38 |
| 2. | ANR | 31 |
| 3. | Lowe Brindfors | 30 |
| 4. | Åkestam Holst | 25 |
| 5. | Goss | 18 |
| 6. | Storåkers McCann | 14 |
| 7. | Hundra Reklambyrå | 11 |
| 8. | Sandsjö Action | 10 |
| 9. | Dragster | 9 |
| 10. | DDB Stockholm | 8 |