

PROJEKTBESKRIVNING

REKLAMFILMER FÖR CITY ÖREBRO 2025

En present 170 möjligheter
Den magiska linjen



Film 1

PRESENTEN MED 170 MÖJLIGHETER

Syftet med filmen

Skapa en 30 sekunder lång reklamfilm som visar hur enkelt och roligt det är att använda vårt presentkort i Örebro city. Videon ska lyfta fram mångfalden av verksamheter som tar emot kortet och förmedla en känsla av glädje.

Målgrupp

Målgruppen är centrerad kring olika sociala medier, där olika medier representerar olika åldersspann. Den primära målgruppen är användare av Facebook och Instagram, som representerar spannet 35-54 år. Sedan har vi en sekundär målgrupp, TikTok-användare i åldrarna 18-24 år. Geografiskt sätt är produkten främst riktad mot boende i Örebro, samtidigt som besökare och utomstående även inkluderas sekundärt.

Målsättning

Målet är att öka besöksantalet och omsättningen för Örebro City genom att lyfta fram hur mycket olika saker som finns att göra i stadskärnan med Örebro Citys presentkort. . Allt från shopping, mat och kultur till upplevelser och aktiviteter.

Användningsområde

Sociala medierna: Facebook, Instagram, TikTok.
Filmen ska därmed klippas med och utan dialog.

Teknisk kravspecifikation

Filmen kommer att produceras i stående (4:5) format eftersom det primära användningsområdet är sociala medier. Filmen kommer levereras i fil-format anpassat för sociala medier. Den levereras även i en variant med dialog och en utan. Materialet levereras via en digital fildelningstjänst.

Produktionsprocess

Inspelningen kommer göras under 6 dagar, sedan kommer filmen klippas för en första visning för City Örebro. Revisioner kommer göras, och slutgiltig produkt levereras enligt tidsplanen i början av juni.



Vår idé är att på ett engagerande och effektivt sätt lyfta fram den stora bredden av möjligheter som ett presentkort från Örebro City erbjuder. Genom att visa upp ett varierat urval av verksamheter, allt från butiker och restauranger till träning och upplevelser, vill vi förmedla hur mångsidigt och användbart presentkortet faktiskt är. Det är inte bara en gåva, utan en upplevelse som kan anpassas efter mottagarens egna intressen och behov.

Synopsis/idékoncept

Vår huvudperson, en man i sen 20 års ålder, sitter i sängen med en frukostbricka med en ljusprydnad tårta, han får en presentbox med texten "Grattis" av sin sambo utanför bild och vi ser hur den öppnar asken.

I asken ligger ett Örebro city presentkort. Utanför bild ställs frågan, - *"Vad ska du använda kortet till?"*.

Vi påbörjar en drömsekvens där huvudpersonen befinner sig i olika miljöer runt om i Örebro City, där presentkortet kan nyttjas.

Vi klipper från miljö och miljö i ett växlande och engagerande tempo. Huvudpersonen gör allt ifrån klädshopping till att dricka öl på en uteservering i solen. Miljöerna fortsätter att bölja fram tills att vi till slut hör rösten från början av filmen som genom drömmens dimma försöker få kontakt med huvudpersonen.

- *"Hallå?? Hallå?"*

Vi klipper tillbaka till sängkanten med huvudpersonens sambo.

- *"Vad ska du använda kortet till?"*

Vi ser huvudpersonens leende breddas, tryggt hållandes i presentkortet.

Texten "Ett kort, 170 möjligheter" fyller bilden.



*Filmen kommer att levereras i två varianter, en med dialog och en utan. I varianten utan dialog förmedlas samma innehåll genom kroppsspråk och utvalda uttryck som skapar en lika tydlig röd tråd för tittaren.

Verksamheter

Filmen kommer att inkludera flera verksamheter där kunder kan nyttja presentkortet. Variationen av verksamheter ska visa hur presentkortet kan användas i flera olika scenarion, och inom flera olika delar av staden.

Kultur – Teatern

Personen går in i Teatern när föreställningen redan är igång. Går förbi några besökare och slår sig ner i sallongen.

Butiker

Carlings

Skådespelaren rör sig i butiksmiljön, provar kläder, får hjälp av expediten osv.

Oliv och te

Här plockar personen ner produkter från hyllorna för att sedan gå fram till kassan och betala för dem med presentkortet.

CE-möbelbutik

Personen syns i butiken, kollar och provsitter olika möbler, ser nöjd ut.

Kvällsrestaurang

Glassery

Personen äter mat och dricker dryck med umgänge, möjligtvis att en servitris serverar något, kollar ut över Örebro med en skål.

Boule och aktivitet

Boul Bar

Olika engagerande klipp där det spelas bowling, biljard och dart. Huvudpersonen umgås med vänner och har roligt. Umgås med vänner och har roligt.

Bar

En trappa upp

Dricka öl med umgänge. De skålar, snackar och skrattar.

Fatcuz (pizza & beer)

Personen äter en pizza med en kompis, filma när han tar upp en ostig pizzaslice.

Gym

The club

Klipp med högre tempo när huvudpersonen antingen tränar med fria vikter eller konditionstränar i närmare kameravinklar.

Hotell

Borgen

Öppnar upp dörren till rummet och slänger sig i sängen med en vinkel rakt ovanifrån.



BILD INSPIRATION



Syftet med filmen

Syftet med klippet är att skapa en visuellt fin berättelse om Örebro City som lockar till besök och bidrar till bilden av Örebros stadskärna. Genom den ikoniska linjen guidas tittare genom pulsen i stadens hjärta. Klippet ska förmedla att hela city hänger ihop, för att sedan avsluta med hjärtat.

Målgrupp

Målgruppen är centrerad kring olika sociala medier, där olika medier representerar olika åldersspann. Den primära målgruppen är användare av Facebook och Instagram, som representerar spannet 35–54 år. Sedan har vi en sekundär målgrupp, TikTok-användare i åldrarna 18–24 år. Geografiskt sätt är produkten främst riktad mot boende i Örebro, samtidigt som besökare och utomstående även inkluderas sekundärt.

Målsättning

Målet med filmen är att öka omsättning och besöksantal för Örebro City genom en personlig touch, med glada människor som promenerar i city och visa värmen som finns i staden. Genom att lyfta fram stadens charm och livfulla miljöer vill vi skapa en inbjudande känsla som lockar både lokalbefolkning och besökare att upptäcka och återvända till Örebro.

Användningsområde

Sociala medierna: Facebook, Instagram, TikTok.

Teknisk kravspecifikation

Filmen kommer att produceras i stående (4:5) format eftersom det primära användningsområdet är sociala medier. Filmen kommer levereras i fil-format anpassat för sociala medier. Materialet levereras via en digital fildelningstjänst.

Film 2

MAGISKA LINJEN



Produktionsprocess

Inspelningen kommer göras under 2 dagar, sedan kommer filmen klippas för en första visning för City Örebro. Revisioner kommer göras, och slutgiltig produkt levereras enligt tidsplanen i början av juni.

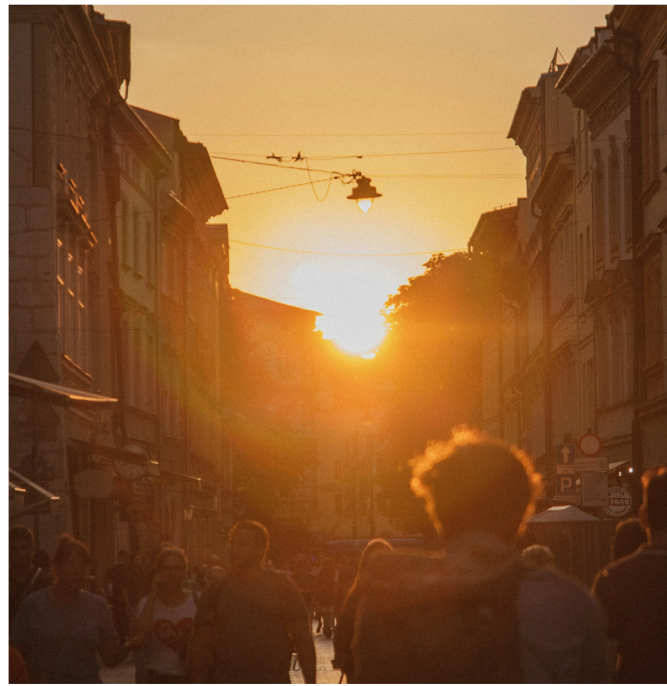
Vår idé är att filmen bygger på att använda en symbol, den ikoniska linjen, som en visuell och känslomässig röd tråd genom Örebro City. Linjen fungerar som en magisk vägledare som förenar olika delar av staden, både geografiskt och emotionellt, och ger tittaren en känsla av sammanhang och värme. Den flyter och flödar genom stadens mest ikoniska platser, butiker, statyer och slottet, och speglar den glädje och energi som finns i Örebro. Linjen leder slutligen till att forma ett hjärta, vilket förstärker känslan av gemenskap och kärlek till staden.

Synopsis/idékoncept

Vi ser vackra soliga klipp i Örebro City, bland butiker och glada människor. Den ikoniska linjen (som går att hitta på hemsidan och på presentkortet) flyger in i bild och flödar magiskt genom staden. In i butiken, ringlar sig runt statyn och gör en piruett över en glad skara människor. Drönbild över slottet när linjen klättrar runt tornen. Linjen fortsätter att magiskt ta sig fram innan den till slut bildar hjärtat vi alla känner till. Filmen andas värme, sommar och glädje. Med linjen och i sin tur hjärtat vägleds vi genom City.



BILD INSPIRATION





Vilka ska göra det här då?

Olle Friman

Kameraansvarig & Övergripande produktion

Astrid Kronman

Regissör och logistikansvarig

Maja Ahlstrand

Statistansvarig & Assisterande producent

Moa Aderud

Ljusansvarig & Assisterande producent

Sara Sjöblom

Ljudansvarig & Bokningsansvarig

