

„Tõde ja õigus“



**Integreeritud kommunikatsioonikampaania
ülevaade**

LÜHIKOKKUVÕTE

Iga filmi toome me välja nii hästi kui oskame ja reaalsus võimaldab – juba filmi võtteperioodi planeerides otsime võimalikult sobivaid mooduseid film tuua pilti, muuta atraktiivseks võimalikult laiale sihtrühmale ning võidelda selle eest igal võimalikul moel. „Tõde ja õigus“ osutus taustsüsteemi arvestades igatahes väljatoomise poolest sümpaatselt üllatavaks anomaaliaks.

Filmi „Tõde ja õigus“ puhul oli selge, et on hulk aspekte, mis mängivad filmi atraktiivsuse kasuks:

- Alusmaterjaliga on suur hulk eestlasi kursis,
- EV100 juubeliaasta toetav foon,
- Hulk tuntud Eesti näitlejaid;
- Kõrged ootused filmi osas;
- Kõrge teadlikkus filmi valmimisest (mille ettevalmistamisega tegelesime aktiivselt juba filmi ettevalmistuse algusest).

Levi- ja turundusplaani tehes oli hulk asju, mida pidime arvesse võtma realistlike plaanide tegemiseks:

- Film on pikk, mis muudab selle keeruliselt programmeeritavaks (kinopidaja saab kahe „Tõde ja õiguse“ ajaraami programmeerida kolm mistahes muud filmi);
- Film on tõsine draama, mille puhul peab olema valmis eelhäälestuseks, et tegemist on „Kraavikaevamise käsiraamatu“ ekraniseeringuga;
- Filmi alusmaterjaliga ollakse kursis, kuid paljudel on sellega kaasnev ka negatiivsed konnotatsioonid – kohustuslikus korras on sellest „läbi näritud“ paljust aru saamata;

Kõiki aspekte arvesse võttes seadsime endale publiku eesmärgiks 120 000 kinokülastajat. See oli eesmärk, mis tundus ambitsioonikas, aga realistlik. Kõiki toetavaid tegureid arvesse võttes, ei saanud jätta tähelepanuta, et film on tõsine draama, pikk ja kuivõrd ootused olid üsna kõrgele kruvitud, siis võis ennustada seda hävitavama kriitika osaks saamist. Filmi eksperte on Eestis tõenäoliselt kaks korda rohkem kui inimesi – valmistusime korralikuks kriitikalaineks. See omakorda võiks peale avanädalavahetuse uuduse vaibumist filmi atraktiivsust ja vaadatavust alla tõmmata. Ehk siis filmile tundus igati loogiline aeglane start, aga potentsiaalselt pikk leviperiood, kui film hästi vastu võetakse.

Seda uskumatum oli see, et avanädalavahetusel püstitas film Eesti kõigi aegade vaadatavuse rekordi 51239 vaatajaga. Avanädala rekordi 90550 vaatajaga. Kinolevi lõpuks käis filmi vaatamas seni veidi uskumatuna tunduv 267 588 vaatajat. (Seega sai Eestlastelt röövitud 735867 inimtundi – kindlasti suudavad majandusteadlased selle paugu kuidagi ka rahasse arvutada.)

Eriliselt rõõmsaks tegi filmitegijaid veel ka info selle kohta, kuidas filmi väljatulemise ajal kõik raamatukogud Tammsaare teostest tühjaks laenutati ja samamoodi püstitas film uued vaatajarekordid Narvas ja Jõhvis, mis on Eesti filmile omalaadne rekord. Varasemalt väljatoodud Eesti filmi vaadatavuse numbrid on selle kõrval hoopis teisest kategooriast.

STRATEEGIA

Meie kommunikatsiooniplaani peamine eesmärk oli tuua välja, et „Tõde ja õigus“ on kaasaegse filmikeelega eepiline linateos, mis ekraniseerib autoritruult A.H.Tammsaare samanimelise meistritöö. Tegemist ei ole igava agraarvaevlemisega, vaid kaasahaarava ja puudutava suurteosega.

Filmi stilistika edasikandjaks kasutasime tiiserpostrit, tiiserit, trailerit kui ka kõikvõimalikud prinditud turundusmaterjale. Peamine eesmärk visuaaliga oli näidata, et tegemist ei ole aeglase ja tüütava pika linateosega, vaid eepilise, tumeda ja sügava filmiga, mille vaatamine on elamus omaette. Usutavasti selline filmi positsioneerimine jõudis kenasti kohale ja õigustas ennast.

KÕNEISIKUD

Filmi kohta rääkisid kõneisikutena filmi peanäitlejad: Priit Loog, Maiken Schmidt, Priit Võigemast, Ester Kuntu, Simeoni Sundja. Filmi režissöör Tanel Toom. Filmi produtsent Ivo Felt. Eraldi lugusid tehti filmiga seotud erinevate osakondade tööst muuhulgas Kristiina Ago rääkis kostüümidest, Heiki Luts digiefektidest, Jaagup Roomet filmi kunstnikutööst, Liisi Roht filmi grimmist, filmi helilooja Mihkel Zilmer rääkis filmi muusikast, filmi helirežissöör Maris Rei rääkis filmi helimaastike loomisest.



Kõik planeeritud põhisõnumid jooksid kenasti meediast läbi.

- kirjanik A.H.Tammsaare teose põhjal valminud mängufilm "Tõde ja õigus" jõuab kinodesse;
- üks Eesti tüvitekste, "Tõe ja õiguse" esimene osa, sai lõpuks filmiks;
- Priit Loog mängib Vargamäe Andrest uues filmis "Tõde ja õigus";
- Priit Võigemast mängib Oru Pearut uues filmis "Tõde ja õigus";
- Maiken Schmidt mängib Vargamäe Krõõta uues filmis "Tõde ja õigus";

- mängufilmis "Tõde ja õigus" kasutati keerukat vananevat grimmi;
- mängufilmis "Tõde ja õigus" näeb ajastutruud 19. saj lõpu Eestit;
- mängufilmis "Tõde ja õigus" kasutati palju digitaalset järeltöötlust.

KANALID

Filmi väljatoomisel võttis kogu meediamaastik filmi temaatika kenasti kajastada. Kaetud olid kõik peamised meediakanalid ja kõik vaadatuimad meediaformaadid. Jooksvalt saatsime välja uudisväärtusliku info ilmnemisel ka klassikalisi pressiteateid. Need liikusid pigem hästi. Enne filmiga võttesse minemist tegime ka ühe veidi põhjalikuma pressikonverentsi, kui pardale tuli kaasprodutsendina ettevõtja Armin Karu.



Eraldi väljatoomist väärrib asjaolu, et filmi valmimisest valmis ETV kanalil Anna Pihli (mille valmimisse panustasime aasta enne selle väljatulemist) erisaade, mis läks eetrisse 22. veebruaril ning mida vaatas esimesel näitamisel 157 000 vaatajat. Selline vaatajate hulk tõi saate televaatamise top 10sse kohe peale Vabariigi aastapäeva vastuvõtu vaadatavuse.

EV100 kontoriga kooskõlastamine toimus ka käesoleva filmi väljatoomisel sujuvalt. Usutavasti suutis film ka iseseisvalt avalikkuse ees seista ning andis EV100 filmiprogrammile väärrika lõppakordi.

AJAKIRJAD

Ajakirjadest kajastasid filmi väljatoomist järgmised väljaanded:

Väljaanne	Tiraaž	kõneisik
Eesti Naine	19200	Maiken Schmidt
EMA		Maiken Schmidt
Anne ja Stiil	11000	Simeoni Sundja, Kristiina Ago (lood sees)
Pere ja Kodu	13800	Priit Loog
Kroonika	35200	Suured galeriid, Esikaas, reportaaž

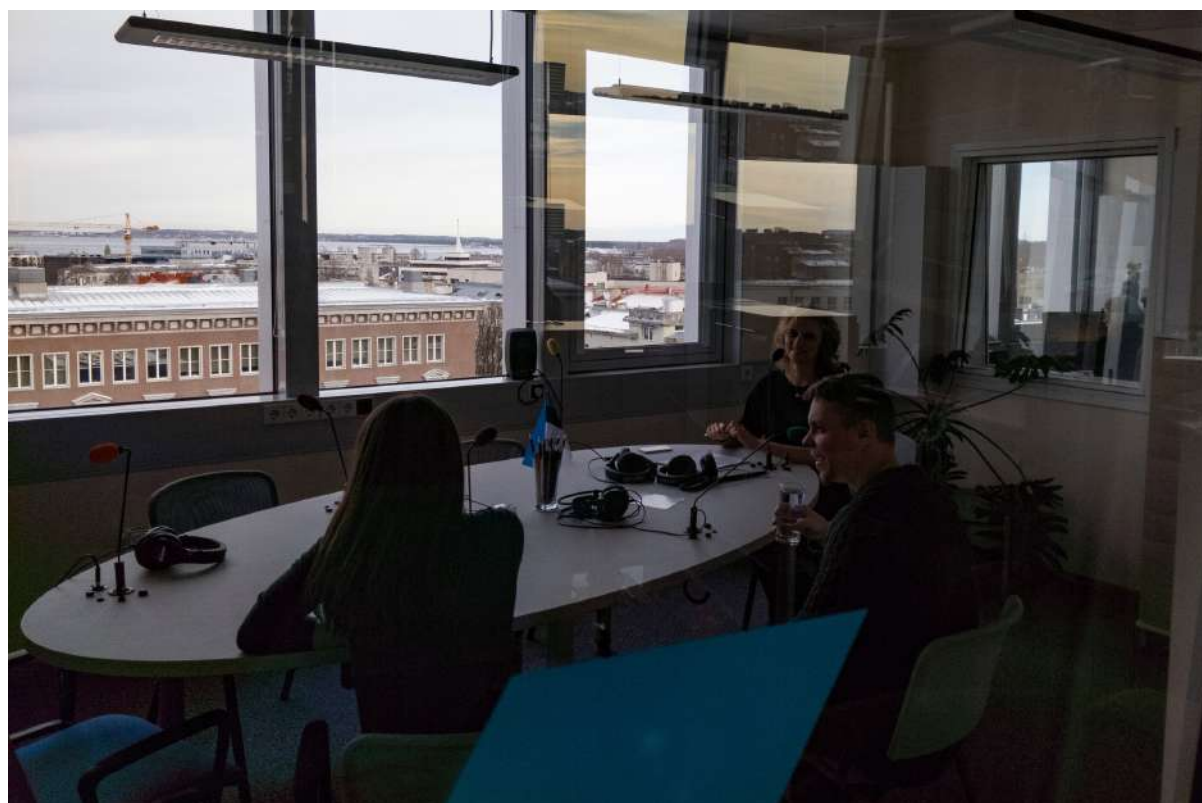


Lisaks lugudele ja fotoreportaažile toetab ajakirjades kajastust ka turundustegevused.

RAADIOD

Eraldi mängud olid Eesti Meedia kontserni kuuluvates raadiojaamades Elmar ja Kuku. Kõikidesse sobivatesse saadetes käisid erinevad filmitegijad jõudumööda rääkimas. Olulisemad kajastused olid järgmised.

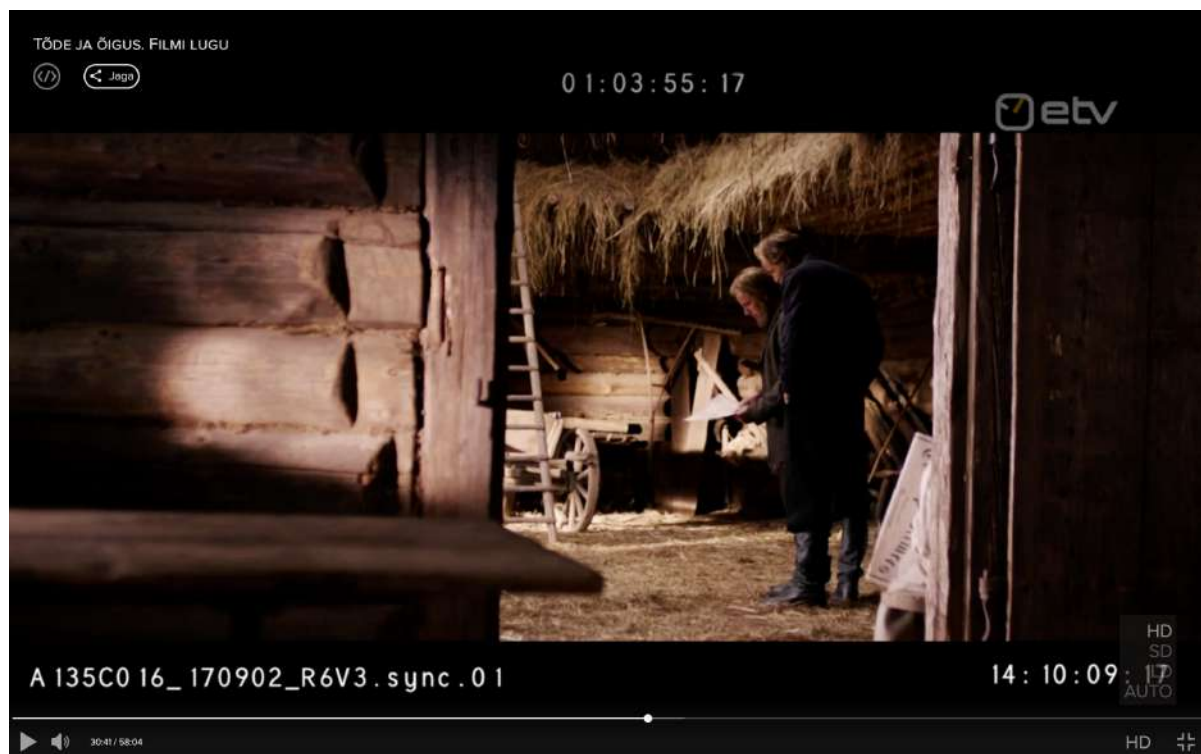
Raadiojaam	Kuulajaid	kõneisik/teemaarendaja
Vikerraadio	285000	Priit Loog
Raadio KUKU	137000	Ivo Felt, Tanel Toom
Raadio 2	130000	Maiken Schmidt, Tanel Toom, Priit Loog, Mihkel Zilmer
Star FM	212000	Priit Loog
Klassikaraadio		Tanel Toom, Maiken Schmidt



Raadio 2 tegi oma kuulajatele ka erilinastuse, millele loosis pileteid välja. Lisaks kõigele muule käis Tanel rääkimas ka „Laste Ööülikooli“ saates, kuidas teha filmi. Äkki tuleb seal mõni järelvaatamine mõne aasta pärast juurde.

TELEVISIOON

Televisiooni puhul tegi film taaskord iselaadse rekordi – filmi making-of-i, mis oli vormistatud dokumentaalfilmi žanrisesse ajakirjanik Anna Pihli poolt vaatas esmanäitamisel 157 000 televaatajat.



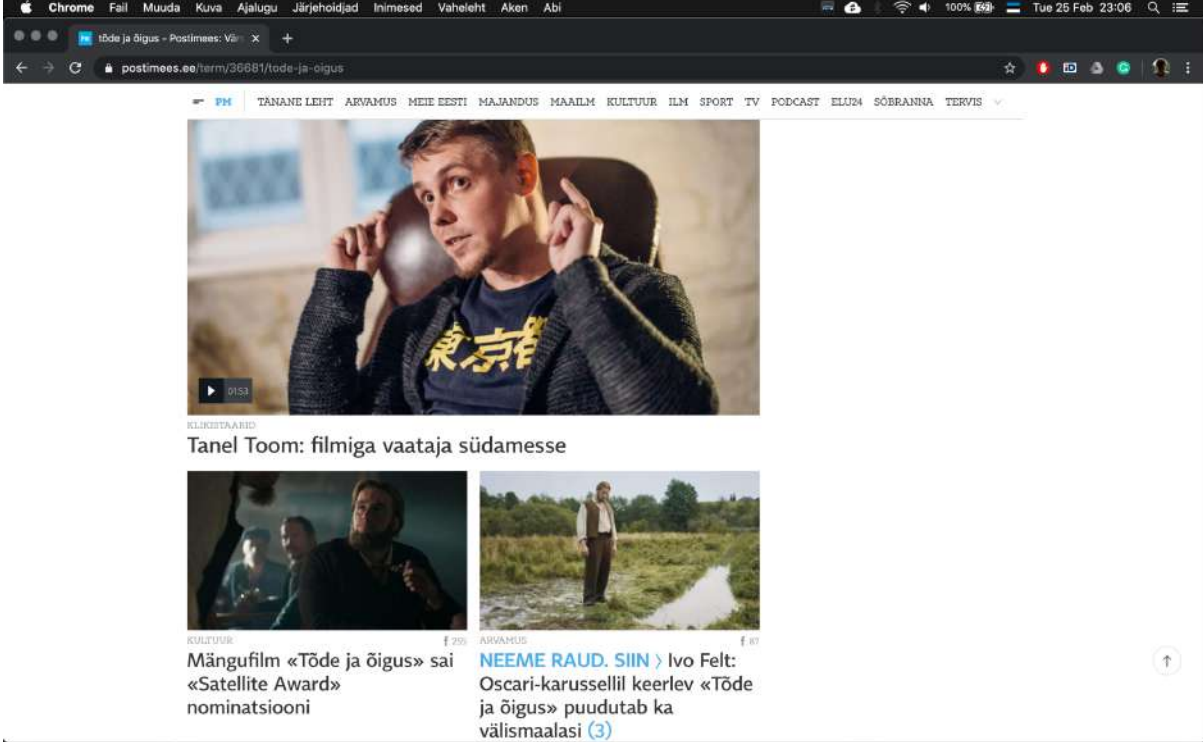
Kanal/saade	Vaadatavus	kõneisik/teemaarendus
ERR - Tõde ja õigus erisaade	157000	Anna Pihl / filmitegijad
ERR - Ringvaade	116000	Maiken Schmidt
ERR Hommik Anuga	133000	Priit Loog, Priit Võigemast
ERR OP!		Priit Võigemast
ETV2 - Plekktrumm		Tanel Toom
TV3 - Seitsmesed uudised		Maiken Schmidt, Ester Kuntu
Kanal 2 - nädalalõpp Kanal2ga		Maiken Schmidt, Ester Kuntu

AJALEHED

Ajalehtede kajastuse puhul oli meil algselt planeeritud teha erileht filmi ja kõige kaasneva kajastamiseks. See oli üks peamisi muutusi, mis algselt planeerituga võrreldes jäi tegemata. Samas oli orgaaniliselt kajastust piisavalt, et erilehe maht tuli siiski laias laastus kokku. Kampania tervikplaneerimise mõttes jäi see osa siiski kripeldama, et erinevatel põhjustel see realiseerimata jäi. Ehk mõne tulevase kampania puhul õnnestub.

INTERNETIPORTAALID

Postimees.ee lehel oli eraldi alamleht, mille kaudu andsime filmi kohta infot. Ootused ja algsed plaanid olid ka sellel rindel veidi ambitsioonikamad. Erileht jäi Postimees struktuuris ikka veidi madalamale tasemele ja maandus nagu ikka kultuuriuudistest veidi edasi. Samas ei ole põhjust arvata, et infovoog oleks jäänud kohale toimetamata – lihtsalt oleks tahtnud esilehel olla rohkem.



The screenshot shows a web browser window with the URL postimees.ee/teem/36681/tode-ja-ogus. The page features a navigation menu with categories like TÄNANE LEHT, ARVAMUS, MEIE EESTI, MAJANDUS, MAAILM, KULTUUR, ILM, SPORT, TV, PODCAST, ELU24, SÕBRANNA, and TERVIS. The main content area includes a video player with a play button and the text "KLIKISTAARID" above the title "Tanel Toom: filmiga vaataja südamesse". Below the video are two news snippets: one about the film "Tõde ja õigus" winning the "Satellite Award" nomination, and another about Ivo Felt's Oscar-nominated film "Nee me raud. Siin" missing an international nomination.

Chrome Fail Muuda Kuva Ajalugu Järjehoidjad Inimesed Vaheleht Aken Abi

itõde ja õigus - Postimees: Värri x +

postimees.ee/teem/36681/tode-ja-ogus

TÄNANE LEHT ARVAMUS MEIE EESTI MAJANDUS MAAILM KULTUUR ILM SPORT TV PODCAST ELU24 SÕBRANNA TERVIS

▶ 01:51

KLIKISTAARID

Tanel Toom: filmiga vaataja südamesse

KULTUUR f. 200

Mängufilm «Tõde ja õigus» sai «Satellite Award» nominatsiooni

ARVAMUS f. 87

NEEME RAUD. SIIN > Ivo Felt: Oscari-karussellil keerlev «Tõde ja õigus» puudutab ka välismaalasi (3)

Tue 25 Feb 23:06

ESILINASTUS

Antud filmi puhul on paslik eraldi rääkida ka filmi esilinastusest. See kujunes kulukamaks kui algselt sai planeeritud. Mõnes mõttes sai siin võetud teatav risk – samas pelgaseime, et filmi väljatoomine ei ole EV100 filmiprogrammi lõppfilmile piisavalt väärikas. Igatahes läksime selle kulureaga sama punasesse nagu vaip, mis sai läbi terve Solarise keskuse läbi tõmmatud.



20.02 filmi pidulikust esilinastusest toimus otseülekanne Postimees.ee portaali. Filmi esilinastust kajastasid kõik suuremad meediaväljaanded. Emotsioon, et tegemist on millegi erilisega – sai kenasti kohale viidud.



TURUNDUSKAMPAANIA

FILM ON VALMINUD EESTI VABARIIGI 100. SÜNNIPÄEVAKS

PRIT LOOG PRIT VÖIGEMAST MAIKEN SCHMIDT ESTER KUNTU SIMEONI SUNDJA

TANEL TOOMI
FILM

TÕDE JA ÕIGUS

ALLFILM EESTLASED A.H. TAMMSAARE "TÕDE JA ÕIGUS" PÕHILAL. PRIT LOOG. PRIT VÖIGEMAST. MAIKEN SCHMIDT. ESTER KUNTU. SIMEONI SUNDJA. INDEK SAMMUL. MARIKA VAARIK.
KIRJUTAJAD REIN KOTOV, E.S.C. KUNSTNIKUD JAAGUP RÕOMET, KIRSI KIVIKRÜG. KRIISTINA AGO. KIRSI LÜSI ROHT. MONTAŽIÖÖR TAMBET TASUJAJA. HELIPEESURÜÖR MATIS REI. REKLAAMIKUD MIHKEL ZILMER.
TÖÖTÄHED: TEEB-PRODÜTSION JOHANNA TRASS. KÄÄSK-PRODÜTSION ARMIN KARU. MAIUS TÕÜR. PRODÜTSION IVO FELT. REŽISSÖÖR JA MONTAŽIÖÖR TANEL TOOMI.

KINODES 22. VEEBRUARIST

allfilm TV ALTO FORTE JETON Postimees

Visuaalne identiteet

Visuaalse identiteedi otsingutel balansseerime tõsise alusmaterjali ja ajastu ning vaat et veidi Hollywoodiliku visuaalia vahepeal. Usutavasti saame selle balansseerimisega veenvalt hakkama, ilma, et kumbki pool kaotaks, vaid pigem võidaks sellest kombinatsioonist. Pildimaterjal annab edasi ajastut võimalikult tõetruult, kuid seda kujutamata raskemana, kui selleks on põhjust.



Kinovõrk

Filmi levitamiseks ühendasime oma levitaja kogemuse ning lisasime sellele levifirma Hea Film know-how. Taaskord oli filmi väljatoomisega kaasnev üks rekord – film linastus selleks hetkeks kõige suuremal arvul ekraanidel Eestis. Ligi pool aastat varem olime kinodes tiiserpostriks.

Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeediast kasutasime peamise kanalina filmi FB lehekülge, millel kujunes märkimisväärne järgijaskond. mõned postitused oma levimisega purustasid 100 000 vaatamise piiri. Eriti hästi levisid kõikvõimalikud otsimise kuulutused.



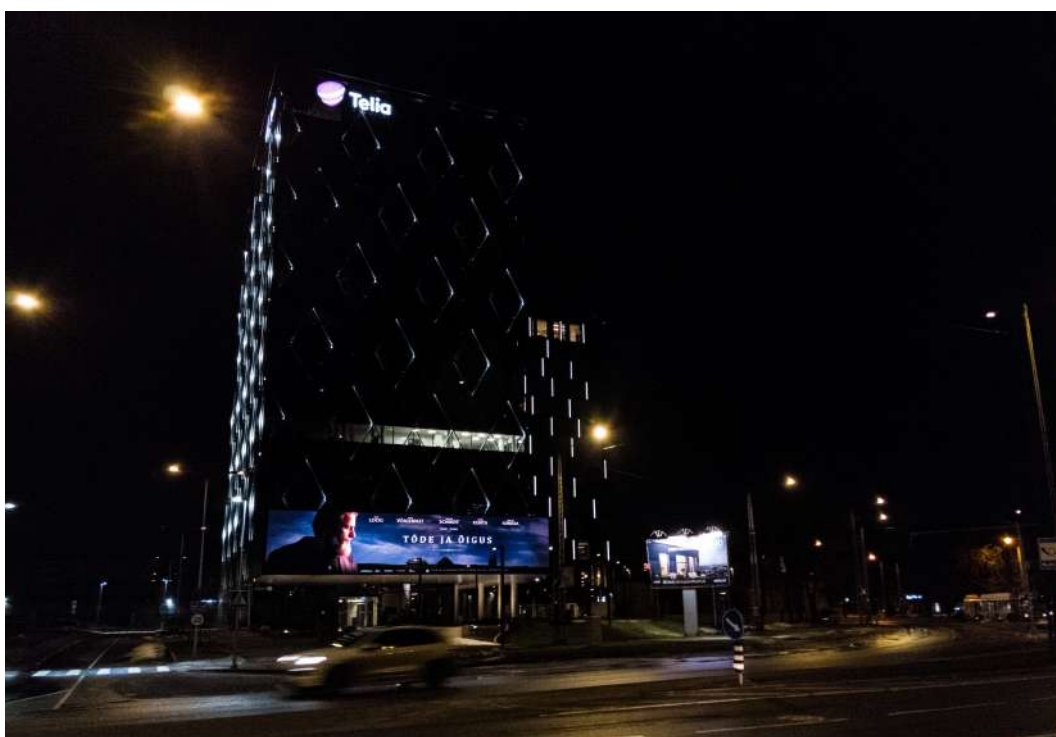
FB lehe lõime 30.03.2016. Suurem hüpe lehekülje jälgimises toimus 07.07.2017 kui hakkasime filmi läbiviimiseks otsima erinevaid osatäitjaid ja praktilist abi. 07.07.17 otsisime noore Andrese osatäitjat, mis genereeris 62000 vaatamist. 29.08.17 otsisime Tallinnast mehi kõrtsistseenidesse, mis genereeris 46900 vaatamist. 02.05.18 kui otsisime 13-14 aastast ujumisoskusega poissi, genereeris 100200 vaatamist, mis on mistahes filmi kontekstis üsna ulmeline number. Kogu leheküljel toimunud liiklus toimus loomuliku levi kaudu – eraldi raha me sellele ei kulutanud.

Turunduskajastus meedias

Filmi kajastamiseks kasutasime võimalust edastada rahvusringhäälingu kanalitest filmi kohta eesti- ja venekeelset infot läbi kultuuriteadete. Ostetud pinnad meedias on Postimehes, mõningates ajakirjades, Kuku raadios. See kõik oli üsna tavapärane ja otsene lahendus.

Erilahendused

Filmi nähtavamaks tegemiseks tootsime kinodesse karakterpostritest kolmnurksed „doblerone“ tüüpi reklaampostid. Lisaks sellele tootsime kinodesse rippuma suured PVC plakatid kõikidest karakteritest. Erilahendused olid Rocca al Mare supermarketi ukсед, Solaris keskuse liftide ekraanid, Telia maja ekraanid. Erinevate pindade tarvis modifitseerisime meediume. Esteetika ja lähtepunkt jäi alati terviklikuks.



EELKAMPAANIA

Eelkampaania algas: 01.01.2017

Eelkampaania lõppes: 21.01.2019

KAMPAANIA – turunduskampaania jooksis paralleelselt kommunikatsioonikampaaniaga. Eesmärk oli katta kõiki neid sihtrühma osasid, kellest võis meediakampaania mööda minna.

Kasutasime mõistlikus koguses välimeedia pindu Apollo kinode, CCPlaza, ClearChanneli, JCDecaux poolt, teavitasime nii eesti kui venekeelsetes riiklikes tele- ja raadiokanalites, aktiivne teavitus toimus ka sotsiaalmeedia vahendusel, Tallinna ühistranspordis näitasime animeeritud plakatit.

Kanal	Reklaam
CC Plaza suur billboard	Plakat
Apollo Mustamäe billboard	Plakat
JCDecaux (bussipeatused)	Plakat
ClearChannel (suured billboardid)	Plakat
Ühistranspordi ekraanid (PublicTV)	Liikuv plakat
Kinod	Postrid
Linnaruum	Plakat
Telia maja ekraanid	Liikuv plakat
Pärnu Apollo PVC	Billboard
Saaremaa liinid	Plakat

Kõikides kinodes olime kampaania algusest peale liikuvate plakatite ja treileriga. Liikuvaid plakateid kasutasime filmi erinevate karakterite tutvustamiseks filmile omases esteetilisest võtmes. Üsna hästi toimis üle linna ekraanidel reklaam – eriti efektsena mõjus Telia maja ekraan – küllap mängis asukoha uudsus oma rolli.

VAEGKUULJATE JA VAEGNÄGIJATELE SUUNATUD TURUNDUSTEGEVUSED

Mängufilmile "Tõde ja õigus" toodame subtiitrid nii vaegkuuljate kui vaegnägijate tarvis.

Nii vajalike tõlgete tootmisel kui selle kohta info levitamisel teeme koostööd MTÜ Kakoraga, Eesti Pimedate Raamatukoguga, Eesti Pimedate Liiduga, Eesti Vaegkuuljate Liidu ja Tallinna Heleni kooliga. Filmi tõlkimise kohta info levitamiseks kasutame valdkonnas väljakujunenud infokanaleid - meilinglistid ja sotsiaalmeedia. Tõlgete valmimise kohta anname teada ka filmi Facebooki lehel ja ka läbi filmi levitaja "Hea Film" kaudu.

Samuti tegime filmi DVD'le ja Blu-Rayle kirjeldustõlke ja vaegkuuljate subtiitrite võimaluse. Sellekohase informatsiooni levitamisel kasutame valdkonnas tegutsevate organisatsioonide abi.

Kampaania algas: 21.01

Kampaania lõppes: 23.03

ALTERNATIIVSED TURUNDUSTEGEVUSED

Eraldi alternatiivsete turundustegevustena sai „Tõde ja õigus“ filmi jaoks tehtud järgnevaid ettevõtmisi:

- Erinevad kohtumised filmitegijatega (erinevaid filmitemalisi kohtumisi huvilistega sai tehtud hulgaliselt. Peamised kohtujad filmi peategelased ja põhilised filmitegijad. Selliseid linastusi korraldasid erinevad mittetulundusühingud, riigi ettevõtted, koolid jne. Jõudu mööda tulime enamikule vastu ja neid oli kokku julgesti üle 30.)



- Filmi Vargamäe avamine – filmi võttepaigas külastuskeskuse avamise kohta tekkis esimene mõte juba peamiste ehitiste valmimise järgus, samas oli selleks vaja maaomanikuga kokkuleppele jõuda. Õnneks kokkulepe peale filmivõtete lõppu sündis ning võtteplats sai kohandatud külastuskeskuseks, mille haldamiseks moodustasid Allfilm ja maaomanik mittetulundusühingu, mille etteotsa asus kohalik aktiivne turismitalu perenaine.



- Filmi soundtracki lansseerimine kõikidel suurematel digiplatvormidel.



- Filmi tegemisest andsime välja koostöös Postimees Kirjastusega raamatu „Tõde ja õigus. Algus“



Film laias laastus murdis igapäevasesse diskursusesse piisavalt jõuliselt sisse, et elas ikka üsna jõuliselt ka oma elu kõikvõimalike „erilahendustena“ meemimaailmas.



Kokkuvõtvalt läks kampaania plaanipäraselt. Kõik mis kavatsesime tegime ka ära – kuid sel korral näib, et oli õnne ka. Lõppkokkuvõttes saab ehk vaat et rahul olla – kes teab, ehk oleks olemata jäänud planeeritud tegevused viinud mingi teise tulemuseni (kas siis veel parema või hoopis vastupidiseni), kui praegu. Igatahes sai Eesti filmi vaatajarekordi latti gramm ülespoole nihutatud ja seda pigem mitte liiga lihtsa sisuga filmiga. Selle pinnalt saab järgmisi tegemisi paremini teha.

Madis Tüür