

EskoBrod  
esitlevad:

LHV

Noortekaardiga

SAJAGA  
EDASI



# Mis?

LHV Noortekaardi aktiivsusprogrammi „Sajaga edasi“ tutvustav *online* reklaamklipp, mille tegevust suunab sõnapaari otsene tähendus ehk täistempoga toimetamine eesmärgiga peategelaste näitel inspireerida noori võtma asju ette ja tegema kõike kirega.

Klipi peategelasteks on superproduktiivsed kaksikvendadest filmitegijad Raul ja Romet. Vendade ideoloogia ning edu saladus on mistahes olukorras anda endast maksimum ning panna alati sajaga edasi. Nende elu on liiga tempokas, et rahaasjade pärast teab mis palju muretseda – nad teavad, et LHV Noortekaart, millega makstes võib kasvõi iga kuu võita 100 eurot tasku- ja 100 eurot investeerimisraha, ja mobiiliäpp on kõik, mis neil rahaasjade bossiks ajamiseks vaja.

Klipp näitab vendade ühte hullumeelselt produktiivset, kuid nende jaoks täiesti tavapärasest päeva: varahommikusest kirjatööst, kohvimüsliga tankimisest ja lõunasest trennispurdist muusikavideo filmimise, robotmehe joonistamisoskuse lihvimise ja kuldsete munade vastu võtmiseni. Terane silm ja tegelikult mitte ka nii terane silm märkab, et klipis saavad eetriaega ka LHV Noortekaardi soodustust pakkuvad kamraadid – Sportland, R-kiosk, MyFitness – ja söber VLND Burger.

# Kes?

Klipi idee ja süžee taga on filmitudengitest, espresso armastajatest, kehakultuuri austajatest ja tudengi-Oscari võitjatest kaksikvennad, Raul ja Romet Esko, kelle üks ja ainus suur eesmärk on lüüa läbi Hollywoodis.

Klipi purki saamiseks kutsusid nad kampa oma sõbrad: operaatori Markus Miku, helirežissööri Kaspar Koski, stilisti Iris Peili, värvimääraja Tanel Topaasia ja teisigi tegelasi.

LHV Noortepanga poolt ajas asju ja päästis klipi internetiavarustesse valla Reesi Kallas.

# Miks?

LHV Noortekaardi aktiivsusprogramm on turul ainulaadne ja pakub võimaluse teenida noorena, ehk ajal, mil iga euro on eriti oluline – olgu eesmärgiks vallutada Hollywood nagu EskoBrod, lennata kosmosesse päris tähtede poole või saada lihtsalt oma eurode bossiks. LHV Noortepangas oleme tulevikutegijatele sihtide seadmisel ja unistuste poole püüdllemisel sajaga toeks.

Reklaamklipi eesmärgiks oli tuua peamiselt 18–25aastaste noorte tähelepanu LHV Noortekaardile ja selle aktiivsusprogrammidele.