

Kicsit mindenkit jobb emberré tesz a Toyota különleges üzenete

A Toyota idei Super Bowl reklámfilmjében nem szerepelt egyetlen autó sem, és a vállalat neve is csak villanásnyi időre tűnt fel a záró üzenetet megelőzően. Mégis az este talán legfontosabb és kétségtelenül legmeghatóbb egypercesének bizonyult a szpot, amelyre még évek múlva is emlékezni fogunk – mint a filmre, amely megváltoztatott bennünk valamit.

Amikor a Toyota 2015-ben tízéves mobilitási támogatói szerződést írt alá a nemzetközi paralimpiai mozgalommal, papíron nem volt szó többről, mint hogy a vállalat minden lehetséges téren megkönnyíti a sportolók, a tagszervezetek és a mindenkori szervezők közlekedését. Az együttműködés azonban mostanra jóval túlnőtt hivatalos keretein. Olyan emberi, társadalmi üzenetek csatornájává vált, amely nemcsak a fogyatékkal élők, hanem minden egyes embertársunk számára támogatást és bátorítást nyújt, és amely mások és önmagunk megismerésére, kiteljesítésére és elfogadására buzdít.

Ennek az üzenetnek az eddigi talán legszebb, legerősebb példáját láthatta az a 91 millió ember, aki idén február 7-én a televízióban megnézte a Super Bowl-t, és annak szüneteiben azokat a reklámfilmeket, amelyek szakmai és kereskedelmi szempontból egyaránt a műfaj abszolút csúcsát képviselik. Az amerikaifutball-bajnokság döntőjén ugyanis nemcsak a két konferencia legjobb csapata mérkőzik meg egymással, hanem a hirdető és ügynökségeik is: valódi rangot ad, ha egy szpotot a legkreatívabb, legmeghatóbb, legötletesebb vagy legrelevánsabb reklámfilmnek választ meg a közönség vagy a szakma.

VIDEO: https://youtu.be/fqWG5_7nwyk

Amellett, hogy technikailag eredeti és igényes, a Toyota reklámfilmje valójában egy pár másodperces telefonbeszélgetést idéz fel – azt a néhány mondatot, ami megváltoztatta *Jessica Long* életét. A súlyos végtag-rendellenességgel született szibériai árva 1993-ban, 13 hónapos korában került az Egyesült Államokba, ahol megtanult lábszár nélkül élni és úszni. 12 évesen részt vett élete első paralimpiáján, a tavalyi, tokiói lett volna az ötödik, és a mai napig 23 alkalommal (13 arany-, hat ezüst- és négy bronzérem) álhatott olimpiai dobogón.

Jessica igazi hős – de az egyperces szpot szerint nem kisebb hősök a szülei, akik tisztában voltak állapotával, amikor örökbe fogadták; nagyszülei, akik megtanították úszni; és mindazok, akik élete fordulópontjain tudatosan vagy ösztönösen arra biztatták: ne adja fel, higgyen magában, és érje el mindazt, amire képes és amire hivatott.

A legjobbnak választott reklámfilm záró gondolata – hisszük, hogy mindannyiunkban ott rejlik a remény és az erő – pedig mindezt kiterjeszti az egész emberiségre. Mert nem kell olimpikonnak lennünk ahhoz, hogy nagyszerű dolgokat vigyünk véghez, és hőssé

válhassunk környezetünk, családunk vagy csak saját magunk szemében.

Fotók és Videó: *Toyota*

Forrás:

<https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/kicsit-mindenkit-jobb-emberre-tesz-a-toyota-kulonleges-uzenete>