



ILSKNA FÅGLAR sprider ljus i mörkret!



Att ha reflexer på när man vistas i trafiken under den mörka årstiden må vara en självklarhet för nordbor, men i de flesta andra länder är det ett okänt beteende. Stor marknadspotential alltså. Och nu tar världens största reflexstillverkare de ilskna spelfågarna Angry Birds till hjälp för att sprida reflexanvändandet till övriga världen.

Finska Coreplast är Skandinaviens största kontraktstillverkare av plastprodukter. År 2006 blev bolaget ledande även inom fotgängerreflexer när denna del av reflexstillverkaren Talmus verksamhet köptes in. Med export till 35 länder har Coreplast nu börjat bearbeta den gigantiska internationella marknaden för fotgängerreflexer.

Stor potential. England, Tyskland och Ryssland är de första marknaderna som ska testas för lansering. Men det är, om uttrycket tillåts, ingen promenadseger.

– Bara i Ryssland bor det ju 155 miljoner personer så det är klart att potentialen är enormt stor. Men eftersom bruket av reflexer för det mesta är okänt utanför Skandinavien har vi en uppförsbacke att komma över. Därför gäller det att få igång en så effektiv marknadsföring som möjligt, säger Mikko Koivisto, VD på Coreplast.

Idén att använda sig av Angry Birds som genväg för att nå fram med budskapet kom upp i våras. De ilskna fåglarna är ett spel som lanserades som en app i december 2009. Fågarna är arga eftersom ett gäng onda grisar har stulit deras ägg. För att hämnas skjuter spelaren iväg fåglarna så att grisarna dödas eller deras hus förstörs. Klart som korvspad, eller hur? Tolv miljoner spelare håller med.

Film fångar uppmärksamheten. Via ett samarbete med spelföretaget har Coreplast låtit trycka upp reflexer med Angry Birds-motiv i olika färger och former. Sedan kontaktades Smurfit Kappa för att ta fram en golvdisplay med en sjutums

LCD-skärm, som ska hjälpa till att på ett underhållande sätt bryta igenom på de marknader där ingen förstär vad reflexer är bra för.

På skärmen visas nämligen en film, där de ilskna fåglarna visar vilken nytta reflexer gör när man är ute och går i mörkret. Även en mindre bordsdisplay har tagits fram.

Upplysning. »Många tror kanske att reflexer är mest nödvändigt på glesbygden när fotgängare går på obelysta landsvägar. Men undersökningar visar att 90 % av alla mörkerolyckor med fotgängare inträffar i gatuljus i tätorter, säger Mikko Koivisto.

Strategin är att beroende på land och kultur placera displayerna med de ilskna fågelreflexerna i så vitt skilda säljkanaler som apotek, leksaksaffärer och bensinstationer för att snabba på reflexmedvetandet i »ännu icke upplysta« länder.

