Tim uit Hout-Blerick maakte **WK-spot** met wereldsterren

Nike maakte een epische commercial met daarin 's werelds bekendste voetballers, van Mbappé tot Cristiano Ronaldo. Geschoten door 's werelds beroemdste cameraman, Hoyte van Hoytema. De bedenker van het spotje: Tim Arts. Uit Hout-Blerick.

PORTLAND/HOUT-BLERICK
DOOR FRANS POLLUX

In een geheim laboratorium bouwen wetenschappers een multiversum voor voetballers. Ineens kunnen helden uit het verleden spelen tegen die van nu: Ronaldo tegen Ronaldinho. Het filmische spotje ziet er zo overtuigend uit, dat je vergeet dat het niet kan. Reclamemaker Tim Arts (37) over zijn inspiratie: „Ik had net een mooi fotoboek over dat Zwitserse lab CERN gekocht, toen we gevraagd werden iets te bedenken voor Nike. Het moest gaan over de toekomst van het voetbal. Hoe zouden de wetenschappers van CERN daarnaar kijken, vroeg ik me af. Samen met compagnon Stefan van den Boogaard bedacht ik dit alternatieve WK. Een voetbalmultiversum."

Waarom vroeg Nike jullie?
„Stefan en ik werken hier in Portland in de VS voor Wieden+Kennedy, het reclamebureau dat ooit de slogan *Just do it* bedacht. Nike komt met zo'n opdracht naar ons bedrijf. Dan mogen tien teams ideeën pitchen. Onze bazen gaan op die ideeën schieten: „Dat heeft Adidas in 1982 al gedaan", of: „In de derde acte is de dialoog wat slap." De beste vier ideeën worden uitgewerkt, voor het storyboard heb ik foto's gebruikt van mijn oude voetbalclub, HBSV. Uiteindelijk wint één idee. In dit geval het onze."

Waarna je als Hout-Blerickse jongen miljoenen krijgt om een film te draaien?
„Over het budget mag ik helaas niks zeggen. Maar voor het idee: we hebben dus die hele set die je in de film ziet – lab en voetbalveld – werkelijk gebouwd. In Londen. Ik heb daar zes weken gezeten. Al die beroemde voetballers zijn erheen gevlogen, we hebben ze allemaal voor de camera gehad."

Dat kan niet, want de Ronaldinho die we zien is veel jonger dan Ronaldinho nu is.
„Toch is het 'm echt. Je ziet een mix van verschillende technieken. Hij is gefilmd, maar we hebben hem digitaal verjongd. Wat écht veel werk is. En we hadden dubbelgangers, gasten met precies dezelfde bouw en motoriek als de voetballers. Ze beheersen zelfs de trucjes."

En Ronaldo? De échte Ronaldo?
„Ja, daar begon het idee eigenlijk mee. Stefan komt uit Eindhoven. Is groot PSV-fan, dus hij wilde absoluut de Braziliaanse oud-PSV'er Ronaldo erin, ook al omdat hij hem dan kon ontmoeten. Maar Ronaldo is tegenwoordig wat, eh..."

Zwaarder. Veel zwaarder. Zeg het maar.
„Minder fit dan vroeger. Dus we hebben hem laten acteren en zijn hoofd toen op zijn *bodydouble*





geplakt. *Motion trackers* voor zijn gezichtsuitdrukkingen, maandenlang ploeteren in postproductie, tot de dag voor de video uitkwam. Met het team dat ook de *special effects* voor de superheldenfilms van Marvel maakt."

Maar ze waren er allemaal dus echt. Jij hebt gewoon staan te ballen met Mbappé en Phil Foden?
„Haha, ja! Stefan en ik moesten die voetballers persoonlijk briefen vlak voor we gingen draaien. Met Kevin de Bruyne en Virgil van Dijk deden we dat gewoon in het Nederlands. Zat onze Nike-klant uit Portland naast ons verbaasd te kijken."

Allemaal spatjes zeker, die wereldsterren?
„Integendeel. Super aardig en behulpzaam, totaal niet arrogant. Je hoort wel eens verhalen over Mbappé, maar da's dus echt een lieve jongen. Geweldige mensen om mee te werken. Allemaal. Op één na."

Cristiano Ronaldo?
„Mag ik niks over zeggen."

In de commercial zie je in een flits een ranglijst van al die voetballers. C. Ronaldo staat bovenaan. Was dat een eis van hemzelf?
„Ik verwijs graag naar mijn vorige antwoord."

Kun je wel verklappen wat die minder leuke voetballer minder leuk maakte?
„Nou, misschien 'bij wijze van spreken'. Stel, je bouwt zo'n hele filmset in Londen en laat alle spelers komen. Maar één speler komt gewoon niet opdagen. Dan moet je de hele set weer afbreken en ergens anders gaan opbouwen, met de hele crew, dat kost bakken met geld en ergernis. Bij wijze van spreken dan, hè."

De Franse wereldster Kylian Mbappé op de filmset in Londen, geflankeerd door Tim Arts uit Hout-Blerick (links) en Stefan van den Boogaard (rechts). Linksonder Ronaldinho (digitaal verjongd), rechtsonder drie keer Ronaldo.
FOTO'S EIGEN FOTO, NIKE/WIEDEN+KENNEDY



Je bedacht eerder al een Nike-campagne met tennislegende Serena Williams. Nu dit. Wordt er aan je getrokken? Door Hollywood bijvoorbeeld?
„Stefan en ik krijgen op LinkedIn wel ineens berichten van allerlei recruiters. En scenarioschrijver in Hollywood, dat lijkt me wel wat. Maar kijk met wie ik nu al werk: Hoyte van Hoytema! Die *Interstellar* en *Dunkirk* filmde. En overigens de hele dag *Jiskefet* loopt te citeren."

Trouwens. Schäám je je niet? Reclame maken voor Qatar?
„Nike heeft niks met Qatar te maken. Adidas sponsort het WK. Wij mogen 'FIFA' of 'WK' niet eens noemen. Nike kaapt nu juist met een eigen voetbalcampagne wat aandacht weg."

Tot slot. Welke voetballer zou je multiversum-WK winnen, denk je?
„Ronaldinho. Op de top van zijn kunnen was hij fenomenaal."