

# BIELA NOC V BRATISLAVE

## NÁZOV PRÁCE

### PRIHLASOVATEĽ

Dynamic Relations 2000

### ZADÁVATEĽ

Biela noc, festival súčasného umenia na Slovensku

### KATEGÓRIA

D. Event PR

KONTAKTNÁ OSOBA ZA PRIHLASOVATEĽA **Karol Wolf** / wolf@dynamic.sk / +421 905 834 872

KONTAKTNÁ OSOBA ZA KLIENTA **Zuzana Pacáková** / zuzana@bielanoc.sk / +421 905 659 356

### I ZHRNUTIE

*Festival súčasného umenia Biela noc s prívlastkami „najväčší a najnavštevovanejší v Európe“ sa tešil záujmu Košičanov už päť rokov, keď sa ho organizátori rozhodli priniesť aj do Bratislavy.*

**Biela noc v Košiciach pritom štartovala o týždeň skôr**, s takmer rovnakými umeleckými objektmi v uliciach mesta. Vznikla obava, že akcia v Bratislave príde o moment prekvapenia a médiá ani návštevníci nebudú mať o ňu záujem.

Oficiálne zadanie bolo jasné: Účasť na **festivale mala dosiahnuť hranicu aspoň 60-tisíc návštevníkov**. Komunikačná stratégia obsahla všetky typy médií a snád **okrem Záhradkára bola Biela noc všade** – a to pred samotnou akciou.

**Za umením prišlo do ulíc v daždivej noci 100 000 ľudí.**

### I VÝZVA A CIELE

*Prvú tlačovú správu sme vydali mesiac pred konaním festivalu, ktorý bol 10. 10. 2015.*

Narazili sme na základný problém. Novinári mali skoro nulovú znalosť o košickej akcii s priemernou návštevnosťou 50-tisíc ľudí, a nechceli vopred písať o neznámom festivale, ktorý nemá za sebou v Bratislave ani jeden ročník. Zadanie znelo: „Aby sa o Bielej noci písalo všade, aj v Záhradkárovi“. Cieľ kampane bol jasný – **maximálna miera informovanosti o konaní Bielej noci a s tým spojená jej vysoká návštevnosť**. Úlohou PR agentúry bolo vymyslieť riešenie ako **prelomiť bariéru informovanosti o pilotnom ročníku** a dokázať, že aj **hlavné mesto**, zvyknuté na veľké kultúrne podujatia, **sa môže tešiť a túžobne očakávať premiéru festivalu súčasného umenia európskych rozmerov**. Zároveň sme čelili výzve, že Biela noc sa koná v Košiciach týždeň vopred, pričom na nej vystavovali rovnakí headliner. Hľadali sme teda recept ochutený podľa gusta Bratislavčanov.

### I STRATÉGIA

*Spomedzi 50 projektov sme vytipovali kľúčových headlinerov a ich diela, vizuálne atraktívne pre širokú verejnosť.*

**Podstatou Bielej noci je pomocou umenia v uliciach a na netradičných miestach zmeniť počas jednej noci charakter mesta.**

V snahe odlíšiť sa od Košíc sme pracovali s **reáliami charakteristickými pre Bratislavu**, ktoré môžu obyvatelia uvidieť v inom svetle – v noci. Vsadili sme na atmosféru Ondrejského cintorína, Medickej záhrady, Hlavného námestia, UFO, rozhlasovej pyramídy. Stále však chýbal objekt viditeľný z viacerých mestských častí, zjednocujúci prvok atraktívneho konceptu.

Nakoniec sme presvedčili organizátora, aby aj napriek komplikáciám zaradil do programu **Bratislavský hrad**.

## I REALIZÁCIA

- Vytvorili sme komunikačnú stratégiu založenú na **bratislavských reáliách, atmosfére s poetickými prívlastkami** typu „intergalakticky rozžiarený Ondrejský cintorín“ a jedinečnom zážitku v duchu sloganu Bielej noci:

### ———— GARANTUJEME, ŽE NEZASPÍTE!

- Rozhodli sme sa promovat' festival ako príležitosť zažiť Bratislavu v netradičnom kontexte, magickom a dynamickom. Pomohli sme si štatistikou: „49 kilometrov laserových lúčov, 150 000 pixelov, 250 blikajúcich neónov, 4 sci-fi výťahy či 5 000 svietiacich lyžičiek na cintoríne“.
- Oslovili sme **médiá naprieč celým spektrom** (vrátane blogerov a vloggerov). Vysvetľovali sme čo je Biela noc, po dohode s redakciami písali výstupy na mieru konkrétnym médiám. Súčasťou boli aj rozhovory s riaditeľkou Bielej noci v printoch, rozhlase a v televízii.
- Zorganizovali sme **zážitkovú tlačovú konferenciu s otvoreným konceptom** vo vyhľadávanom priestore, známom klubovou scénou v centre mesta, pričom počas tlačovej konferencie v kaviarni sedeli aj bežní návštevníci. Prezentovali sme 3 slovenských a 2 zahraničných umelcov, zahral Stroon, ktorý bol tiež v programe Bielej noci. Médiá dostali k dispozícii **termíny inštalácií**, ktoré využili na ďalšiu propagáciu festivalu.

## I VÝSLEDKY

- V období **od 10. 9. do 10. 10.** (termín festivalu) sme zaznamenali **103 relevantných výstupov, po akcii ich bolo 72.**
- Napriek dažďu a sychravému počasiu sa na Bielu noc v Bratislave prišlo pozrieť:

### ———— 100 TISÍC ĽUDÍ

- Cesty v okolí Slovenského rozhlasu museli uzavrieť kvôli **mase ľudí, ktorá ich obsadila.**
- Kvôli zápcham **skolabovala doprava v Bratislave** a situáciu na exponovaných križovatkách riadili policajti. Ešte o 23.00 bolo v blízkosti Medickej záhrady počuť piskot policajných píšťaliek.
- Okrem „bežných“ výstupov o akcii spontánne informovala aj **Cynická obluda** a na Instagrame celebrity vlogger **Gogo.**