

streetartová galéria

cultural fuel:

Oblíbenou témou novinárov v období tesne pred štartom hokejových majstrovstiev sveta bolo poukazovanie na to, v akom nepripravenom stave nájdú našu metropolu prichádzajúci hokejoví fanúšikovia.

strategy:

Pod hlavičkou oficiálneho partnera hokejového šampionátu podporiť majstrovstvá skutočným a uveriteľným činom, ktorý ľudia ocenia.

idea:

Poškodený a špinavý podchod na frekventovanom Trnavskom mýte v blízkosti Orange Arény bol v čase konania šampionátu ideálnym kandidátom na titul „hanba mesta“. Tak sme iniciovali akciu, ktorá špinavé a šedivé priestory podchodu premenila na modernú, podzemnú streetartovú galériu.

30 najznámejších streetartových umelcov **2250** sprejov **4** dni **1** podchod

Vynovený podchod na Trnavskom mýte sa vďaka pozornosti médií stal okamžite „najznámejším“ podchodom na Slovensku. Hokejoví fanúšikovia v ňom dostali funkčný navigačný systém a Orange okrem publicity v médiách aj jedinečný reklamný formát. Mesto Bratislava získalo novú galériu moderného umenia.

background:

Orange sa v roku 2011 stal oficiálnym partnerom MS v hokeji. A tak sme hľadali niečo, čím značka toto svoje „partnerstvo“ zmysluplne naplní.

