

## LOKALNOŚĆ I GAMING: RUSZA NOWA KAMPANIA WIZERUNKOWA BONARKI

Wiosna puka już do drzwi, a to znak, że niebawem pojawią się nowe kolekcje. Na tym jednak nie koniec nowości w Bonarce. Lokalność, dynamizm i niepowtarzalny klimat gier retro – to cechy nowej linii kreatywnej centrum. Częścią projektu jest oczywiście Małgorzata Kożuchowska – ambasadorka centrum.

Nadchodzi wiosna, **czas na zmiany**. Bonarka rusza z **nową kampanią**. Reklama wykorzystuje **symbole Krakowa, hipsterską estetykę i tematykę life stylową**. Całość tworzy **dynamiczny i nowoczesny kolaż** pełen kontekstów, emocji i zabawy. W nowej linii „idea krakowskiej ulicy” **ewoluowała** i została dopasowana do zmienionej estetyki.

**Małgorzata Kożuchowska** jest postacią centralną reklamy. Wciela się w postać **mieszkanki Nowego Prądnika** (dzielnica Krakowa), której **pasją jest malarstwo**. Warto zaznaczyć, że udział gwiazdy tego formatu w reklamie centrum handlowego jest czymś **unikalnym w Krakowie, a nawet w Polsce**. Kompozycję graficzną uzupełnia nowoprądnicki krajobraz. **Przykład socrealistycznej architektury mieszkaniowej** z charakterystycznymi wieżowcami.

Dopełnieniem części wizualnej jest hasło reklamy: **NOWY PRĄDNIK MODY**. Ta gra słowna ma kilka funkcji. **Wprowadza lokalną narrację do kampanii i bawi**. Nawiązuje także do **bogatej oferty fashion centrum**, co ma szczególnie duże znaczenie w okresie pojawienia się wiosennych kolekcji. Bonarka to **NOWY PRĄDNIK MODY**, czyli miejsce, gdzie **wszystkie ubraniowe zachcianki mogą zostać spełnione**.

Wiosenna kampania Bonarki będzie widoczna m.in. na nośnikach **zewnętrznych OOH**, w tym **nowoczesnych rozwiązaniach typu digital citylight oraz dynamic backlight**. Zupełną nowością w kampanii Bonarki jest stworzenie **alternatywnego przekazu reklamowego wideo**. Klipy nawiązują tematycznie do popularnych gier z czasów **Atari i pierwszych komputerów**. W wiosennej odsłonie Małgorzata Kożuchowska wciela się w bohaterkę **Pac-Mana**. Zbiera modowe okazje i ucieka przed **passé trendami**. Reklama będzie wyświetlana przed seansami w **kinach studyjnych i multipleksach (Multikino)**.

Potencjał krótkich materiałów video zostanie wykorzystany w dużej mierze w kampaniach digital. W Social Mediach (**Facebook, Instagram, YouTube**) zostanie zaprezentowana nowa strategia wizerunkowa wykorzystująca **konwencję gamingową**.

## BONARKA I NEPI ROCKCASTLE PLC

**Właściciel Bonarki NEPI Rockcastle plc** jest wiodącym inwestorem oraz deweloperem nieruchomości komercyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej, którego akcje notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Johannesburgu oraz Amsterdamie. Znajduje się również w pierwszej dziesiątce firm z branży nieruchomości komercyjnych w kontynentalnej Europie pod względem wartości rynkowej. Firma posiada jeden z największych portfeli nieruchomości w Rumunii, Polsce oraz na Słowacji, a także wyraźnie zaznacza swoją obecność w Chorwacji, Czechach oraz Serbii.

**Bonarka** to wielofunkcyjne centrum miejskie, powstałe na obszarze 19 ha przemysłowych terenów dawnych zakładów chemicznych w krakowskiej dzielnicy Podgórze. Na ponad 92 tys. m<sup>2</sup> powierzchni użytkowej znajduje się 230 punktów handlowo-usługowych i restauracji, w tym Auchan, Leroy Merlin, Media Expert oraz kino Cinema City - jeden z największych multipleksów kinowych w Polsce. Do dyspozycji klientów jest bezpłatny parking, mogący pomieścić 3200 samochodów. Ponadto na terenie Bonarki znajduje się jeden z pierwszych na świecie ośrodków edukacyjno-wychowawczych w centrum handlowym: „Siemacha Spot”. Zarządcą obiektu jest firma APSYS.