

Kampania Blue City

1 września br. rozpoczęła się druga odsłona kampanii wizerunkowej warszawskiego centrum handlowo-rozrywkowego Blue City, zatytułowana "Moda na piękne wnętrze".

Kampania ma na celu zaprezentowanie bogatego wyboru artykułów wyposażenia wnętrz oraz usług, oferowanych przez najemców centrum. Kampania potrwa do końca września. Jej strategię i kreację przygotowała Agencja Reklamowa V&P, świadcząca usługi full service dla Blue City.

Oprócz billboardów i reklam, w ramach kampanii zaplanowano także wydanie katalogu salonów wnętrzarskich, który 10 września będzie dystrybuowany jako insert wraz w warszawskimi dziennikami. Akcja zostanie zapowiedziana w kampanii radiowej.