

# Studiu de caz - Evenimente



**Client:** Cinema City și IuliusMall Cluj

**Campanie:** Trăiește viața ca în filme

**Context:** Deschiderea primului multiplex din oraș, **Cinema City**, în incinta **IuliusMall Cluj**, a fost provocarea la care echipele de PR și de creație ale agenției au răspuns în vara anului 2008, în condițiile în care știam că, în paralel, se pregătește inaugurarea celui de-al doilea multiplex, concurent.

**Soluție:** Campania de comunicare a inclus atât ATL, dar surpriza a fost furnizată de acțiunile de

PR și BTL, derulate în două etape: cu 2 săptămâni înaintea deschiderii oficiale, respectiv în ziua deschiderii.

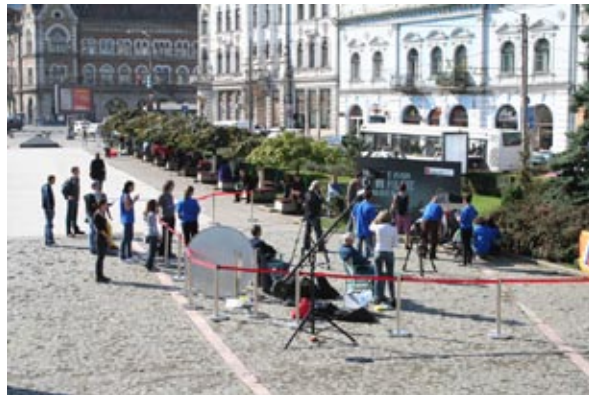


În așteptarea deschiderii oficiale a primului multiplex din oraș, **IuliusMall Cluj** și **Vitrina** i-au provocat pe clujeni să-și demonstreze talentele de actori. Un mini-studio de film a fost amplasat în piața centrală din oraș, dar și la **IuliusMall**, pentru a le da clujenilor șansa să fie mai buni decât Robert de Niro, John Travolta sau Tom Hanks.

Practic, toți cei care au simțit că au avut ceva de spus în ale actoriei au fost invitați să redea o scenă dintr-un film celebru. Peste 70 de clujeni au fost protagoniștii unor secvențe faimoase, din pelicule românești și străine: **Pulp Fiction**, **Un comisar acuză**, **Titanic**, **Pe aripile vântului**, **Casablanca** sau **Jerry Maguire**.

Străzile orașului s-au transformat în platouri de filmare, iar trecătorii au avut ocazia să vadă în direct cum se desfășoară operațiunile pe un platou de filmare. La activitățile de pe platou au participat 9 studenți ai Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării (Catedra de Jurnalism, studioul Media), echipa fiind condusă de către un regizor și un director tehnic cu experiență.

Scenele consacrate, cu actori clujeni de data aceasta, au fost transformate în **spoturi de**



**promovare** a multiplexurilor, fiind difuzate atât de posturile de televiziune, cât și în sălile de cinematograf, după deschidere.

Evenimentul dedicat inaugurării multiplexului din **IuliusMall** a fost organizat tot de **Vitrina Advertising**, cu importante elemente de BTL și PR. În prima parte a zilei, jurnaliștii au fost invitați să testeze sistemul de sonorizare și proiecție în sălile de cinematograf din cadrul **Cinema City**. A doua parte a zilei a reunit la **IuliusMall** sute de invitați din rândul autorităților locale, dar și personalități clujene, jurnaliști și reprezentanți ai mediului de afaceri, care au ales să pășească pe covorul roșu de la **Cinema City**.

Campania de PR&BTL a asigurat o vizibilitate consistentă și constantă în presă pe întreaga durată a campaniei integrate.

