

Pod hasłem „A Ty, co zobaczysz?” wystartowała kampania wizerunkowa Muzeum Narodowego w Warszawie, która pokazuje, że w MNW każdy odnajdzie coś interesującego niezależnie od zainteresowań, wieku oraz wykonywanego zawodu.

Filmowe spoty przedstawiają moment intymnego spotkania ambasadorów Muzeum – piosenkarki Moniki Brodki, koszykarza Marcina Gortata i podróżnika Marka Kamińskiego – z ich ulubionymi eksponatami ze zbiorów MNW. Pokazują, jak subiektywny jest odbiór sztuki i jak cenna jest chwila refleksji, zatrzymania się w codziennym pędzie. Autorem kreacji i reżyserem spotów jest Marcin Maziarzewski, a autorem zdjęć Michał Pukowiec. Kampania powstała przy wsparciu artystycznym studia Chimney Poland, które zadbało także o animacje i postprodukcję obrazu.

Kampania jest widoczna w przestrzeni miejskiej na nośnikach w metrze, billboardach, citylightach, słupach ogłoszeniowych i na nośnikach w komunikacji miejskiej na terenie Warszawy. Od 29 września spoty są również emitowane w sieci kin Multikino oraz kinach studyjnych. Kampania jest realizowana w kanałach Muzeum Narodowego w Warszawie: YouTube, Facebook, Instagram i Twitter. Pytanie #atycozobaczysz Muzeum kieruje również do publiczności i zachęca do dzielenia się w mediach społecznościowych doświadczeniami z wizyty w MNW.

Ponadto w ramach kampanii zostaną przeprowadzone warsztaty dla pracowników pierwszego kontaktu dotyczące stałego podnoszenia jakości relacji z odwiedzającymi Muzeum.

Muzeum Narodowe w Warszawie i kampanię wspiera Stowarzyszenie „Przyjaciele MNW” oraz MMC Studio. Za działania komunikacyjne odpowiada Muzeum Narodowe w Warszawie przy wsparciu Agencji Kultura.

Więcej o MNW i kampanii „A Ty, co zobaczysz?”:

www.mnw.art.pl

www.mnw.art.pl/atycozobaczysz