

Ekstremalne wyzwania, niezwykle przygody, najlepsze auta i te gadzety.... Wizerunek Jamesa Bonda to kwintesencja męskości. Do niej odwoływała się aranżacja sesji zdjęciowej realizowana na użytek najnowszej kampanii reklamowej Krzysztofa Hołowczycy i zegarków marki Atlantic na rok 2010/2011.

Sesja została zrealizowana przez jednego z najlepszych polskich fotografów świata mody Jacka Porembę. To już drugi projekt marketingowy zrealizowany w tym samym, idealnie zgranym zespole.

- Poza tym, że Krzysztof jest mistrzem kierownicy, jest również bardzo przystojnym, męskim i eleganckim mężczyzną – powiedział Jacek Poremba. – Te cechy i takiego Hołka pokazaliśmy w tej sesji. Chcemy, aby panowie mogli się z nim utożsamiać i podpatrywać styl sportowej elegancji a la James Bond.

Sesja zdjęciowa była realizowana przez trzy dni w plenerach Olsztyna i okolic, czyli rodzinnego miasta Krzysztofa Hołowczycy, oraz w Warszawie. Na fotografiach nie mogło zabraknąć kultowej dla wszystkich rajdowców ulicy Karowej. Jednak nie tylko. Pozując w eleganckim garniturze w luksusowych wnętrzach apartamentu Intercontinental Krzysztof Hołowczyc podkreślał, że każdy mężczyzna, chociaż raz na jakiś czas musi ubrać elegancki garnitur wraz z dodatkami. – Dla mnie jedynymi dodatkami, które noszę jest zegarek i obrączka – powiedział Krzysztof Hołowczyc. – Oprócz funkcji użytkowych wspaniały czasomierz to przecież też oryginalny gadżet, który nie ukrywajmy, każdy mężczyzna lubi posiadać.

Efekty tego przedsięwzięcia będzie można podziwiać już niebawem: w prasie dla mężczyzn i publikacjach biznesowych (inserty, reklamy), w Internecie (konkursy, reklamy, działania public relations, strona internetowa www.atlantic-watch.pl), w punktach sprzedaży oraz na zewnętrznych nośnikach (outdoor).

Zakupem mediów oraz przygotowaniem całej kampanii reklamowej zajęła się firma Media Inn. Działania marketingowe zostaną uzupełniane przez działania public relations, które będzie prowadziła firma Kuźnia PR.

- To już drugi projekt realizowany w tym samym zespole – powiedział Jarosław Guzek, barnd manager marki Atlantic. – Cały sztab ludzi zaangażowanych w to przedsięwzięcie dał z siebie wszystko. Trzydniowa sesja pokazała jak wiele pasji, zaangażowania i zwykłej, mozolnej pracy potrzeba, aby powstały wspaniałe zdjęcia, a co za tym idzie udana kampania reklamowa. Chcemy udowodnić, że również w Polsce możemy zrobić coś, na najwyższym światowym poziomie. Coś na miarę ekskluzywnych szwajcarskich zegarków Atlantic.



Tekst: Aleksandra Mołędowska

Zdjęcia z sesji: Marcin Głowacki oraz **Atlantic**