**Startavo „Akropolio“ kalėdinė kampanija: pagrindiniu herojumi tapo Lietuvos nacionalinis paukštis**

**Prasidedantis kalėdinis laikotarpis primena tai, kas svarbiausia – meilę artimiesiems, gebėjimą atjausti ir pasirūpinti kitais. „Akropolis Group“ valdomi prekybos ir pramogų centrai „Akropolis“ pristatė šių metų kalėdinę reklamą – jautrią animacinę istoriją apie berniuko ir vienišo baltojo gandro draugystę.**

„Kalėdos – tai laikas, kai norisi priminti apie šilumą, rūpestį ir artumą. Kurdami šių metų kalėdinę reklamos kampaniją siekėme, kad tai būtų daugiau nei tik reklama – priminimas, jog šventės prasideda nuo žmonių tarpusavio ryšio ir gebėjimo užmegzti šiltus santykius. O kalėdinėmis dovanomis, kaip visada, lengva pasirūpinti prekybos ir pramogų centruose „Akropolis“, – sako Paulius Pocius, „Akropolis Group“ rinkodaros ir komunikacijos vadovas.

**Pasirinkta netradicinė žiemos simbolika**

Šių metų kalėdinei „Akropolių“ reklamai pasirinktas animacinio vaizdo klipo formatas. Jo centre – Kalėdoms besiruošianti šeima ir ant snieguoto namo kamino tupintis vienišas gandras. Berniukas, iš pradžių baiminęsis, kad paukštis sutrukdys Kalėdų seneliui atnešti dovanų, ima baidyti netikėtą svečią. Vis dėlto netrukus vaikas pagaili paukščio – jis tiesiog ieško šilumos. Galiausiai įvyksta kalėdinis stebuklas: gandras įkrenta į namus per kaminą ir tampa netikėtu šeimos džiaugsmu.

„Akropolių“ kalėdinė reklama čia: <https://youtu.be/b99MjITez1I?si=EBTQ3K0CnWIXUYKu>

Kaip ir ankstesniais metais, prekybos ir pramogų centrų „Akropolis“ kalėdinę reklamą sukūrė kūrybinė agentūra „Not Perfect Vilnius“.

„Ieškodami idėjos kalėdinei reklamai, turėjome kelis skirtingus variantus. Šiemet norėjosi netradicinės Kalėdų temos, tad gandras pasirodė tinkamas simbolis. Galima įžvelgti ir paralelę, kad gandras atneša gražiausią gyvenimo dovaną – vaikus. O tai puikiai dera su kalėdiniu laikotarpiu, kai kalbame apie stebuklus, džiaugsmą ir šilumą“, – pasakoja „Not Perfect Vilnius“ įkūrėjas ir vadovas Paulius Senūta.

**Rezultatui prireikė pusmečio**

Pasak jo, pasirinktas animacinio vaizdo klipo formatas Lietuvoje mažiau įprastas, tačiau užsienyje mėgstamas kalėdinėse reklamose. Ši tendencija itin įsitvirtinusi Vakarų Europoje, Didžiojoje Britanijoje.

„Animacija leidžia pasakoti istoriją subtiliau ir jautriau, o tai itin tinka kalėdinei temai. Be to, animacija suteikia kūrėjui daugiau laisvės perteikti emociją, atmosferą – gali sukurti stebuklingą pasaulį, kokio nesukurtum filmavimo aikštelėje“, – teigia P. Senūta.

„Akropolio“ kalėdinės reklamos kūrybos darbai užtruko beveik pusmetį, prie reklamos dirbo gausi komanda. Animacijos žanras taip pati negailėjo iššūkių – kuriant itin daug detalių turinčią reklamą, jų sujungimas į vieną (angl. renderinimas) užtrukdavo ir parą.

Kalėdinę berniuko ir baltojo gandro draugystės istoriją pamatys ne tik Lietuvos, bet ir Latvijos žiūrovai – „Akropolio“ kalėdinė reklama bus rodoma abejose šalyse.

Be to, šventiniu laikotarpiu Vilniaus, Klaipėdos ir Šiaulių „Akropoliuose“ bus galima pamatyti ne tik tradicines šventines dekoracijas, bet ir kalėdinės reklamos herojų gandrą – jis puoš prekybos centrų reklamines užsklandas bei plakatus, alėjose bus galima sutikti jo maskotą.

***Apie „Akropolis Group“:***

*Baltijos šalyse pirmaujanti prekybos ir pramogų centrų vystymo ir valdymo bendrovė „Akropolis Group“ valdo prekybos centrų vystymo ir valdymo paslaugų įmones Lietuvoje ir Latvijoje. Lietuvoje „Akropolis Group“ valdo prekybos ir pramogų centrus „Akropolis“ Vilniuje, Klaipėdoje ir Šiauliuose, Latvijoje – „Akropole Riga“ ir „Akropole Alfa“ Rygoje.*

***Daugiau informacijos:***

*Aistė Jankūnaitė*

*+370 614 55468 /* [*aiste@ideaprima.lt*](mailto:aiste@ideaprima.lt)

*„Akropolis Group“ atstovė žiniasklaidai*

*IDEA PRIMA Projektų direktorė*