

# Путешествуй по Кракову с помощью джойстика

АГЕНТСТВО: LEO BURNETT WARSAW, ПРИЗ: ФИНАЛИСТ КАТЕГОРИИ MEDIA CAMPAIGNS, GOLDEN DRUM 2008



Участник двигал джойстик и на экране перед собой видел площадь Кракова, по которой он мог идти прямо или свернуть на улицы. А человек с камерой в Кракове получал импульс от джойстика и шел именно в том направлении, куда ему указывал человек из другого города. Вот такой виртуальный тур должен был привлечь жителей европейских городов в Краков

Агентству задали вполне обычную задачу — рассказать о Кракове как о прекрасном туристическом месте. Необычным стало решение. В нескольких европейских городах была организована рекламная кампания, но не в виде выставок или презентаций, а как возможность пройтись по Кракову в реальном времени.

## Креативное и медиарешение

Для кампании был создан огромный джойстик в человеческий рост, который появился в некоторых европейских городах — Вене, Берлине, Мадриде. Он устанавливался в павильонах, и ведущие призывали зрителей пройтись по Кракову.

Техническая сторона оказалась не слишком сложной: человек двигал джойстик и на экране перед собой видел площадь Кракова, по которой он мог идти прямо или свернуть на боковые улицы. Как в компьютерной игре, когда мы ходим по виртуальному миру, только здесь можно было пройтись по реальному городу.

Секрет перемещения прост — человек с камерой, установленной на голове, находился в Кракове. Он получал импульс от джойстика и шел именно в том направлении, куда ему указывал человек из другого города. Изображение и управляющие сиг-

налы передавались с помощью компьютерной программы и Интернета.

Такой тур позволял погулять по улицам старого Кракова, заглянуть в витрины, поздороваться с живыми статуями, посетить сувенирные магазины — получить по крайней мере первоначальное впечатление и, возможно, задуматься о поездке в Польшу.

## Результат

Люди, ни разу не бывавшие в Кракове, могли получить живое впечатление от прогулки. И многие влюбились в этот город, еще не посетив его по-настоящему.

Мультимедийная инсталляция работала в Вене в течение 6 дней, и тысячи человек смогли осуществить виртуальный тур по Кракову. Событие было нестандартным и забавным, о нем написали в местных газетах, а также показали по ТВ-каналам.

Следующими городами стали Берлин и Мадрид, где инсталляция тоже пользовалась успехом. ®