**Drukarnia Chroma z nową komunikacją, którą zrealizowała Abanana**

**Pierwszego lipca wystartowała nowa platforma komunikacyjna drukarni internetowej Chroma. Za strategię, kreację, produkcję spotu tv oraz kampanię digitalową odpowiada krakowska agencja Abanana.**



Głównym celem postawionym przed agencją była rozbudowa świata marki poprzez zwiększenie jej świadomości oraz percepcji. Tym samym krakowianie zdecydowali się na skupienie głównej osi działań na [spocie reklamowym](https://www.youtube.com/watch?v=lg3Mq0AEzcE), który został przygotowany z domem produkcyjnym Muchas Gracias oraz nowo powstałym kolektywem Iskry, a emitowany jest w Internecie oraz TV.



„[Chroma](https://www.chroma.pl/pl) to drukarnia internetowa, dzięki temu dostępna dla wszystkich. Sam serwis to niezwykle wygodne narzędzie do zamawiania materiałów drukowanych. Cały proces zamawiania druku przebiega w czasie rzeczywistym, dosłownie kilkoma kliknięciami można skonfigurować parametry druku, sprawdzić cenę i czas dostawy. Do tego zamawiamy produkt jest od razu zwizualizowany na stronie drukarni, co daje poczucie bezpieczeństwa i spokoju, że nie tylko błyskawicznie, ale i z zachowaniem najwyższej jakości Chroma dostarczy nam zamówiony online druk. Stąd też głównymi benefitami marki, jakie komunikujemy w spocie, są szybkość, wygoda i bezpieczeństwo” – opisuje Monika Piasecka, Senior Strategy Planner agencji Abanana.



Jarek Dziedzicki, pełniący funkcję Head of Client Service w Abanana oraz odpowiedzialny za realizację prac, dodaje: „Zrobiliśmy coś, co jest inne, co w naszej ocenie będzie się wyróżniało. Klient zdecydował się na koncept, który był najbardziej odważny na dwóch płaszczyznach: organizacyjnej i kreatywnej. Wystarczy powiedzieć, że nasza bohaterka przez ponad pół reklamy była zawieszona na linach w lesie, który został oświetlony w nocy przy użyciu najnowszych technologii”.

„Myślę, że zaskakujemy nieprawdopodobną lokalizacją oraz scenerią. Zrobiliśmy wszystko z dbałością o każdy szczegół i wielką energią, co widać w efekcie końcowym” – podsumował przedsięwzięcie Krzysztof Raczkowski, Prezes Chroma.

Za produkcję oraz współreżyserię odpowiedzialny był Marcin Andruchów z Muchas Gracias. „Ten film jest wyjątkowy z wielu względów, ale ciekawostką jest fakt, że został zrealizowany przy zaangażowaniu nowo powstałego kolektywu Iskry. Kolektywu twórców wizualnych, ludzi realizujących projekty komercyjne i niekomercyjne” – twierdzi Andruchów.

Reżyser obrazu Paweł Labe z BlueBird, dodaje: „To projekt, którego nie mogłem się doczekać. Scenariusz reklamy zakładał, że przenosimy się do świata kreacji, którym jest ciemny las. Dzięki najnowszym technologiom oraz światłu zostaje przez nas ożywiony. Nie będę ukrywał – to jeden z nielicznych projektów i takich typów reklamy, w której można się wyżyć wizualnie”.

„Przygotowane przez agencję Abanana materiały zostaną wykorzystane w Google Display Network, Facebooku, Instagramie i LinkedInie” – informuje Agata Kieloch, Account Manager odpowiedzialna za przygotowanie tego elementu kampanii.

W projekcie wzięli udział również m.in.:

l Agnieszka Smyth, Senior Copywriter, Abanana

l Tomasz Wróbel, Art Director, Abanana

l Piotr Szmiłyk, Head of Art, Abanana

l Mikołaj Ludwik Szymkowiak, Visual Artist, .wju

l Krzysztof „Brylant" Szymański, SET Manager & 1 ST AD, z Head 2 Head

l Aleksandra Białk, Costume Artist, ISKRY

l Halina Mrożek, Costume Artist, ISKRY

l Karina Smirnova, Prezes Krakowskiej Królewskiej Fundacji Baletu i Tańca, instruktor tańca.

