

SÜNDMUSKOMMUNIKATSIOON

Tellis-Kivi TLN

Kontekst

Telliskivi TLN alustas kvartali suurima arenduse, M-hoone rekonstrueerimisega (30 000 m² äripindu, meelelahutust, toitolustust). Soovisime arenduse avalikuks teha viisil, mis oleks samaväärne projekti mastaabi ja ambitsiooniga.

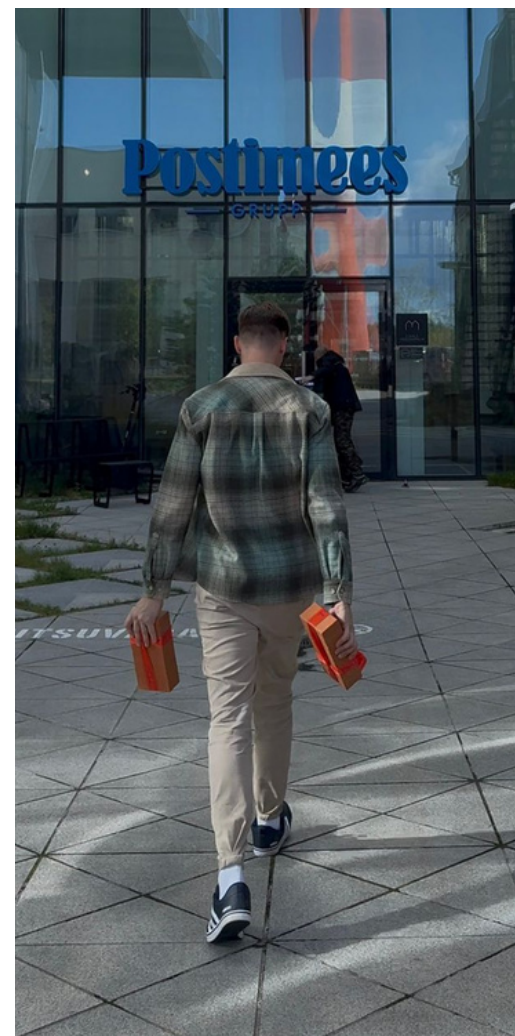
Eesmärk

Tuua avalikkuse fookusesse Telliskivi seni suurim arendus, positsioneerides see linnaruumi tulevikku kujundava verstapostina, mitte tavapärase kinnisvarauudisena.



Väljakutse

Kuidas eristuda kinnisvaraarenduste tavapärasest pressikonverentsi- ja paneeliformaadist ning panna meedia füüsiliselt ja emotsionaalselt arendusega suhestuma?



STRATEEGIA

Asendada informeeriv esitus ruumilise narratiiviga, kus sisu, keskkond ja kommunikatsioon töötavad ühe tervikelusena. Muuta meedia passiivsest vaatlejast arenduse sümboliseks osaliseks.

LAHENDUS



Lansseerimine toimus M-hoones, Poco Elamuse näituse Da Vinci näituseks ehitatud saalis



Loodi spetsiaalne interaktiivne videolahendus Telliskivi raudteeajaloost, olevikust ja tulevikust, kus kivi kivi haaval moodustus visuaalselt uus linnak



Meediale saadeti personaalsed otsepostituse kutsed: ehtne savitellis, bränditud lindiga ja M-kujuline kutse lukuaugumotiiviga



Iga tellis kandis konkreetse toimetuse nime ning kutsus ajakirjanikke tooma tellis sündmusele kaasa, et see tulevikuarendusse müüritaks



Elamusele järgnes sisuline paneel, mida modereeris Taavi Eilat koos arhitektide, linnaarhitekti ja linnaruumipsühholoogiga

