**Рекламная кампания Artplay Media в Московском метро**

В июне центр цифрового искусства Artplay Media провел тестовую рекламную кампанию на видеоэкранах в столичной подземке через сервисного оператора рекламы Московского метрополитена NEBO.digital.

В рекламной кампании задействован 10-секундный ролик, который размещался на видеомониторах Кольцевой линии. Всего было показано 140 000 роликов. Цель рекламной кампании привлечь аудиторию на арт-площадку, где проходят известные выставки и культурные мероприятия. При покупке билетов на сайте artplaymedia.ru всем посетителям предоставляется скидка 25% по промокоду «МЕТРО». Скидка действует c 18 по 30 июня 2019 года.

«Компания Artplay Media создает мультимедийные выставки с 2014 года. В активе компании 10 проектов, которые побывали на гастролях в таких городах как Берлин, Прага, Минск, Дели, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Тула. Стартовой площадкой для всех наших выставок является Центра дизайна ARTPLAY, который является крупнейшим в России мультимедийным выставочным – под цифровое искусство здесь отведено свыше 4000 кв.м. В нынешнем году мы открыли здесь Центр цифрового искусства Artplay Media, где показываем все свои мультимедийные проекты в ротации – каждая выставка длится три недели. Этим летом мы хотим рассказать о себе гостям столицы, для чего решили попробовать новый формат рекламы в Московском метро», - Наталия Рубина, PR-директор Центра дизайна ARTPLAY.

С апреля 2019 года возможность размещения рекламного ролика внутри подвижного состава доступна всем пользователям платформы NEBO.digital. Размещение видеорекламы - очередной шаг на пути к формированию полноценной цифровой экосистемы столичной подземки. Теперь пассажиры разных линий смогут в режиме реального времени получать не только развлекательный контент, но и информацию, полезную им при выборе товаров и услуг. Чтобы добиться большего охвата, вместе с видеорекламой рекламодатель может выбрать и другой доступный инвентарь Московского метрополитена - стикеры в вагонах и лайтбоксы.

В рекламном ролике использована известная картина Густава Климта «Портрет Адели Блох-Бауэр I». Картина также известна как «Золотая Адель» или «Австрийская Мона Лиза». Она считается одним из самых значительных полотен Климта и австрийского Югендстиля в целом.

Artplay Media продлил показ нашумевшей выставки «Густав Климт. Золото Модерна», а также возобновил показ так полюбившейся выставки «Ван Гог. Письма к Тео». Мультимедийная выставка «Густав Климт. Золото Модерна» пройдет с 24 мая по 19 июля 2019 г. Благодаря новому формату CINEMA360 посетитель выставки погружается в миры созданные великими художниками. Это тотальная мультимедийная инсталляция, погружающая зрителя в чувственный мир образов, созданных великими художниками. Изображение проецируется не только на экраны, но и на пол. Общая площадь проекции составляет около 1200 кв.м.