**Oranżada Hellena zaprasza na pierwszą immersyjną kampanię w historii polskiego marketingu!**

**Oranżada Hellena wprowadza nową jakość na polskim rynku marketingowym, organizując pierwszą immersyjną kampanię w historii. Wystawa Hellendż: Cudze chwalicie, a siebie...? odbędzie się w dniach 14-16 lutego br. w warszawskim Melt Museum i zaoferuje odwiedzającym niezwykłe doświadczenia wizualne oraz interaktywne instalacje. Wydarzenie będzie bezpłatne i otwarte dla wszystkich.**

**Oranżada Hellena** zaprasza na wyjątkową immersyjną wystawę, która łączy **sztukę, kreatywność** i **refleksję nad docenianiem siebie**. Przez **trzy dni** uczestnicy będą mieli okazję zanurzyć się w **12 unikalnych przestrzeniach**, gdzie zintegrowane **ekrany LED o powierzchni 600 m²** przeniosą ich w świat kolorów oraz kultowego, musującego napoju w zupełnie nowej odsłonie. Wśród przygotowanych atrakcji znajdą się m.in. **op-artowe instalacje** inspirowane fraktalami i kalejdoskopowymi wzorami, **interaktywna pływająca podłoga** reagująca na każdy ruch odwiedzających.

W duchu przewodniego hasła #Hellendż, na wejściu każdy uczestnik otrzyma puszkę Oranżady Hellena oraz specjalny bilecik do wypełnienia z miejscem na pochwałę siebie. Te osobiste notatki staną się częścią dalszej promocji akcji, podkreślając jej autentyczny charakter.

**-** *Hellendż to coś więcej niż kampania – to zaproszenie do spojrzenia na siebie i otoczenie z nowej perspektywy. Właśnie dlatego postanowiliśmy pójść o krok dalej i stworzyliśmy przestrzeń, która angażuje i inspiruje, jednocześnie przekraczając tradycyjne granice marketingu* – komentuje Joanna Kąkol, Rzecznik Prasowy Colian.

Wydarzenie będzie szeroko promowane w digitalu oraz przez wybranych twórców internetowych. Na wystawę zaproszono około 400 nano- i mikroinfluencerów z Warszawy i okolic, w tym m.in. Adama Szymańskiego, Martynę Wiśniowską czy Klaudię Bigus. Relacje z ich udziału pojawią się na profilach w mediach społecznościowych, zapewniając akcji dodatkowy zasięg i zaangażowanie.

Wystawę można zwiedzać od **14 do 16 lutego** –w **piątek** w godzinach od **12:00 do 21:00**, a w **weekend** od **10:00 do 21:00** –w **Melt Museum** w Warszawie. To idealna okazja, by przeżyć coś wyjątkowego solo, z przyjaciółmi lub w ramach nietuzinkowej **walentynkowej przygody**.

Za realizację akcji odpowiadają Magdalena Koszela – Marketing Manager, Aleksandra Prusiewicz – Junior Brand Manager oraz agencja LoveBrand Group. Doradztwo w obszarze public relations zapewnia Kolterman Media Communications.