**Wystawa „Więcej niż reklama - jak to robią Szwedzi”.**

**W Szwecji powstają reklamy, które mają ambicje społeczne i nawet jeśli ich cele są stuprocentowo komercyjne, poruszają np. kwestie różnorodności i inkluzji mniejszości, takich jak osoby LGBT czy osoby z niepełnosprawnościami. To także reklamy, gdzie przykłada się wagę do równouprawnienia płci.**

Wystawa "Więcej niż reklama - jak to robią Szwedzi” prezentuje owoce pracy szwedzkich speców od reklamy. Po raz kolejny nadarzy się okazja, by zobaczyć ją w Polsce. Tym razem w gdańskiej Zbrojowni Sztuki, gdzie wystawę będzie można oglądać do 30 kwietnia.

Wernisaż odbędzie się 5 kwietnia o godzinie 18.00. Na wydarzeniu obecni będą: ambasador Szwecji w Polsce: Inga Eriksson Fogh, kurator wystawy: Sara Kristoffersson, a także goście z Polski: Adam Przeździęk ([Mediafeed.pl](https://www.facebook.com/mediafeedPL/)) oraz Jacek Kotarbiński, którzy porozmawiają o reklamie w debacie pt. „Kierunek Szwecja: w morzu niebanalnych kreacji reklamowych”. Goście wprowadzą obecnych w klimat niesztampowych szwedzkich reklam i rozwiązań wyprzedzających światowe trendy oraz odpowiadających na aktualne potrzeby społeczne. Postarają się odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób komunikacja i działania marketingowe pokazują i oddają głos przedstawicielom mniejszości, osobom niepełnosprawnym czy przedstawicielom środowiska LGBT. Wstęp na wernisaż jest wolny.

Zwiedzający wystawę zobaczą zarówno kampanie reklamowe podmiotów komercyjnych, jak i kampanie społeczne, stworzone dla organów administracji rządowej i organizacji pozarządowych, między innymi reklamę informującą o wprowadzeniu urlopów ojcowskich, reklamę dla Amnesty International Sweden czy Muzeum Techniki w Sztokholmie.

"Więcej niż reklama - jak to robią Szwedzi” koncentruje się na realizacjach reklamowych z ostatnich trzech dekad i dzieli się na cztery bloki tematyczne:

- aktywność reklamowa instytucji publicznych i organizacji społecznych

- rola humoru w reklamie

- reklama jako znak czasu

- komunikacja cyfrowa

Aspektem, który zdecydowanie wyróżnia szwedzką branżę reklamową, jest skupianie się na instytucjach publicznych i organizacajch pozarządowych. Ma to przełożenie także na kampanie komercyjne, które nierzadko nawiązują do tematów "społecznych".

Wystawa będzie czynna od wtorku do niedzieli w godzinach 12.00-18.00.