

Opony centralnym elementem ekspozycji na lotnisku

data aktualizacji: 2026.08.07



Marka BKT, kojarzona z opon rolniczych, przemysłowych i budowlanych, coraz mocniej chce trafić do konsumentów indywidualnych. Indyjski gigant rozwija portfolio opon samochodowych, a najnowszym przykładem prezentacji oferty jest artystyczna instalacja na lotnisku w Mumbaju.

Nowoczesne podejście do budowania przewagi konkurencyjnej, gdzie marketing i komunikacja są traktowane na równi z technologią, to właśnie zamysł instalacji na lotnisku w Mumbaju. W Terminalu 2 uwagę przykuwa wielkformatowa grafika przedstawiająca znanego aktora i ambasadora marki, Ranveera Singha. Cała instalacja zajmuje aż 185 mkw. i składa się z dziewięciu podświetlanych okręgów o średnicy blisko 2,5 metra, kształtem przypominających opony. Przez najbliższe 24 miesiące hasło „Elevate Your Drive”, ma zapadać w pamięci pasażerów, pokazując ekspansję firmy BKT Tires (Balkrishna Industries Ltd.).

Podobno BKT przeznaczyła ogromny budżet na taką formę reklamy. Dość powiedzieć, że mowa o ekspozycji w jednym z najbardziej ruchliwych indyjskich węzłów lotniczych, który w 2025 roku obsłużył rekordową liczbę 55,5 miliona pasażerów. Skądinąd, ten Międzynarodowy Port Lotniczy słynie z zachwycającej architektury Terminalu 2. Najbardziej charakterystycznym jego elementem jest unikalny dach, wsparty na gigantycznych, białych kolumnach. Cała konstrukcja przypomina rozłożony ogon pawia – narodowego ptaka Indii. Ażurowe kasetony w suficie przepuszczają naturalne światło, tworząc spektakularną grę cieni we wnętrzu hali odlotów, która jest największym tego typu galerią sztuki. Teraz także flagowa kampania marketingowa firmy BKT upiększyła to

miejsce.

fot. BKT

Źródło: