

## PRZEZ RADIO DO ŚWIATA MUZYKI (case study: H&M)

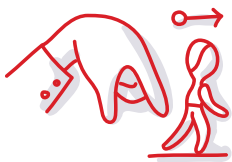


### CELE

Stworzenie T-shirtów propagujących wśród młodzieży bezpieczny seks.

**25%**

dochodu ze sprzedaży koszulek przekazano organizacjom charytatywnym zajmującym się problematyką HIV/AIDS.



### REALIZACJA

Radio było wiodącym medium kampanii



**FASHION  
AGAINST  
AIDS**

**H&M**



Punktem kulminacyjnym kampanii był koncert Estelle w jednym z marketów H&M zorganizowany tylko dla 500 osób.

**Bilety były rozdawane w czasie radiowych konkursów.**



### REZULTATY



**17tys.**

osób wzięło udział w konkursach radiowych!



**50tys.**

sprzedanych T-shirtów!