Warszawa, 11.10.2018

**Sukces pierwszej w Polsce reklamy na żywo zrealizowanej przez markę ŠKODA**

**W sobotę, 6 października, marka ŠKODA wyprodukowała i wyemitowała na żywo reklamę „Nowa Bovska FABIA”. Spot był 60-sekundowym materiałem, zrealizowanym w jednym ujęciu, tzw. mastershocie, promującym wprowadzenie do sprzedaży nowego modelu ŠKODA FABIA. Wielokanałowa transmisja na żywo została przeprowadzona jednocześnie w telewizji TVN, na portalach Gazeta.pl, WP.pl, na platformach Facebook i YouTube, kanałach influencerów oraz w kinie Cinema City Arkadia i na ekranach telewizyjnych w sklepie MediaMarkt.**

W reklamie wystąpiła Bovska – młoda polska wokalistka, która wykonała cover „You Got It”. Dotychczas odbiorcami ŠKODA FABIA, była starsza grupa docelowa. Planując działania komunikacyjne dla najlepiej sprzedającego się modelu, teraz wyposażonego w systemy bezpieczeństwa i komfortu, dotychczas dostępne w wyższych segmentach aut, sięgnęliśmy po legendarny utwór Roya Orbisona. Natomiast przepustką do świadomości młodszych konsumentów była nowoczesna aranżacja piosenki w wykonaniu Bovskiej oraz odpowiedni dobór kanałów komunikacji.

W produkcji wykorzystano ruchomą scenografię, nawiązującą do scenerii wielkiego miasta. Na największym planie zdjęciowym w Polsce, w hali o powierzchni 2.000 m2, twórcy spotu umieścili cztery samochody marki ŠKODA, motocykl, neony i mapping video imitujący dom z garażem.

W telewizji TVN, w paśmie reklamowym programu Mam Talent, widzowie mogli obejrzeć unikalną kreację realizowaną i nadawaną na żywo. Widzowie w kanałach online dodatkowo zaglądali za kulisy, gdzie przygotowania do realizacji komentował Rafał Masny z AbstrachujeTV.

Bezpośrednio po emisji sześćdziesięciosekundowej reklamy, rozpoczął się koncert promujący nową płytę Bovskiej „Kęsy”, który na portalach Gazeta.pl, WP.pl i w mediach społecznościowych rozpoczął trasę koncertową artystki.

*Jako lider rynku motoryzacyjnego w Polsce, i marka która 9 lat z rzędu była i jest najczęściej wybieraną przez Polaków, w naturalny sposób wcielamy się także w rolę trendsetterów na płaszczyźnie reklamowania naszych samochodów. Ta śmiała realizacja pokazuje, że naszą markę stać na podejmowanie wielu wyzwań – także tych nowatorskich i niekonwencjonalnych.*

- mówi Arkadiusz Gwizdek, dyrektor marketingu marki ŠKODA

W produkcję tej innowacyjnej reklamy na żywo, zaangażowanych było blisko 120 osób. Zespół autorów akcji łączył specjalistów marki ŠKODA Polska, Isobar Polska, Propeller Film, PHD Media Direction, Dentsu Aegis Network oraz Agencji TVN i TVN Media. Wydarzenie wyreżyserował Tadeusz Śliwa.

*- Zapewne znajdzie się wiele osób, które powiedziałyby, że mastershot, ruchome scenografie, ujęcia trickowe, pojazdy w reklamach czy video mapping to formy stosowane od dawna w branży reklamowej. Nikt jednak nie zrealizował dotychczas produkcji, która wykorzystywałaby te wszystkie elementy naraz, w jednej, 60-sekundowej formie i do tego live!*

*– podkreśla Joanna Biernacka, Creative Director, Isobar Polska (Dentsu Aegis Network Polska).*

Jak trudne było to wyzwanie zobaczyć można w tworzonym równolegle filmie making off, ukazującym efekt finalny z dwóch perspektyw – twórców oraz widzów.

*O wyjątkowości produkcyjnej tego projektu stanowi przede wszystkim jego rozmach a w szczególności „analogowa” scenografia i sposób jej wykorzystania w jednym ujęciu. W całym projekcie nie ma ani jednego efektu komputerowego - ruchome budynki na platformach, neony, makieta miasta - to wszystko poruszyliśmy na miejscu* – mówi Jarek Boliński, producent i dyrektor zarządzający studia Propeller Film, odpowiedzialny za realizację produkcji.

Spot „Nowa Bovska Fabia Live”, obejrzało w TVN ponad 2,6 miliona widzów. W kanałach online odtworzono łącznie blisko 0,5 miliona streamów live.

Zakupem i planowaniem mediów zajął się dom mediowy PHD Rocket (grupa Media Direction) we współpracy z Isobar Polska. Plan realizacji mediowej został podzielony na trzy etapy: komunikacja przed emisją spotu live, emisja samego spotu oraz działania wspierające po emisji. Opracowano rozbudowany plan komunikacji zawierający współpracę z TVN, obecność w telewizji i w internecie, współpracę contentową z WP i Agorą oraz kompleksowe działania w social mediach. Aktywności rozszerzono o kanały Digital Out Of Home oraz kino. Piosenka wykorzystana   
w projekcie będzie emitowana w internecie wraz z teledyskiem, w którym wykorzystano product placement marki ŠKODA.

**Podmioty i osoby odpowiedzialne za akcję:**

**ŠKODA Polska:**

Arkadiusz Gwizdek, Katarzyna Misztal, Michał Cabaj

**Isobar Polska, Dentsu Aegis Network Polska – strategia, kreacja i realizacja**

Inicjatorzy akcji: Natalia Skrzypek, Roman Terelak

Koncept „Nowa Bovska Fabia Live”: Łukasz Żuławski, Robert Kubicki

Kreacja: Robert Kubicki, Łukasz Żuławski, Joanna Biernacka, Łukasz Kotliński

Moderacja: Joanna Andryszewska, Przemysław Mystkowski

Content: Kamil Malinowski

Studio: Artur Gański, Piotr Polit, Michał Solarski

Producent agencyjny: Marta Kartasińska

Koordynacja: Jan Zagrodzki, Anna Krawczyk, Łukasz Kazimierczak, Tomasz Bartnik

**Propeller Film – produkcja spotu**

Reżyseria: Tadeusz Śliwa

Zdjęcia: Michał Dąbal

Steadycam: Fares Corbani

Scenografia: Dariusz Walaszczyk

Muzyka: Roy Orbison „You Got It”

Cover w aranżacji: Jana Smoczyńskiego + Bovska

Wykonanie: Bovska

Lektor: Daniel Pachelski

Produkcja: Jarosław Boliński, Marcin Imach, Damian Opałka, Konrad Wróbleski

**PHD Media Direction – planowanie i zakup mediów**

Współpraca z mediami: Katarzyna Ryndziewicz, Xymena Zamerska