**OPPO świętuje drugi zwycięski rok w turnieju Roland-Garros**

**Turniej Roland-Garros 2020 z wyraźnym polskim akcentem w postaci zwycięstwa Igi Świątek dobiegł końca. W ramach finałowej rozrywki mężczyzn spotkali się Novak Đoković i Rafael Nadal, który po raz trzynasty triumfował na paryskich kortach. Jako, że drugi rok współpracy z Roland-Garros dobiega końca, OPPO, pierwszy sponsor paryskiego wielkiego szlema z urządzeń mobilny klasy premium, składa gratulacje wszystkim sportowcom i organizatorom, dzięki którym tegoroczne wydarzenie było bezpieczne i niezwykle porywające.**

Podczas gdy oczy całego tenisowego świata były skierowane na najważniejsze rozgrywki turnieju, takie jak mecz pomiędzy Igą Światek i Sofia Kennin, koncern OPPO zapewnił widzom całkiem inną, równie porywającą rozrywkę podczas turnieju Roland-Garros, organizując wyjątkowe nocne wydarzenie z udziałem Gaëla Monfilsa - francuskiej gwiazdy tenisa i gracza rozstawionego obecnie z numerem dziewięć w światowym rankingu tenisa mężczyzn. Wśród dodatkowych atrakcji na miejscu turnieju znalazła się galeria fotografii OPPO prezentująca zdjęcia wykonane wyłącznie przy użyciu Find X2 Pro przez oficjalnych fotografów wydarzenia. Zorganizowano także wideokonferencję 5G z udziałem Dyrektora Turnieju oraz Guya Forgeta, który był numerem trzy w rankingu najlepszych graczy, a także młodych tenisistów z całego świata.

„Organizując unikalne wydarzenia przy blasku słońca zachodzącego nad paryskimi ceglanymi kortami, czy też nawiązując połączenia 5G z młodymi tenisistami rozsianymi po całym świecie, podczas tegorocznej edycji turnieju Roland-Garros koncern OPPO pokazywał, jak tenis łączy się z technologią i w jaki sposób to połączenie może zostać wykorzystane jako narzędzie wspierania mistrzów dziś i w przyszłości." powiedział Gregor Almassy, Dyrektor marketingu ds. działań międzynarodowych w OPPO. „Fundamentem naszej współpracy i wartością, która nas łączy jest bezustanne dążenie do doskonałości, które realizujemy na różne sposoby, m.in. wdrażając innowacyjne rozwiązania 5G, które przesuwają granice technologiczne, czy kreatywnie oświetlając stadion."

Michael Tonge, Dyrektor ds. współpracy, turystyki i biletów Roland-Garros, dodał: “Od naszych pierwszych rozmów z OPPO wiedzieliśmy, że kluczowym elementem naszej współpracy będzie tworzenie innowacyjnych doświadczeń dla fanów. W 2019 r. z sukcesem zorganizowaliśmy „Shot of the Day by OPPO”, a co za tym idzie koncept „Shot of the Night” jest naturalną kontynuacją tamtej inicjatywy. Dzięki niemu, wykorzystując technologiczne możliwości OPPO dostępne w smartfonie Find X2 Pro, dajemy grupie bardzo szczęśliwych miłośników tenisa możliwość stworzenia unikalnych nocnych ujęć. Dobrze, że turniej Roland-Garros 2020 odbył się właśnie teraz, jako że na 12 boiskach właśnie zakończył się montaż reflektorów, co pozwoliło uniknąć przerywania rozgrywek, gdy zapada zmrok. Było to szczególnie ważne, biorąc pod uwagę, ze tegoroczna edycja turnieju przypadła na jesienne miesiące."

**OPPO i Roland-Garros definiują perfekcję na korcie i poza nim**

Tematem przewodnim tegorocznej kampanii tenisowej było hasło „Define the Ultimate”. Slogan ten miał odzwierciedlać dążenie do doskonałości, które przyświeca sportowcom biorącym udział w rozgrywkach w ramach Roland-Garros oraz OPPO podczas projektowania i tworzenia urządzeń i usług, a także zachęcać fanów do wykonywania wyjątkowych, autorskich ujęć.

Idąc tym tropem, niezwykle istotnym źródłem inspiracji dla głównych inicjatyw marki był montaż dodatkowych reflektorów na wybranych boiskach, aby umożliwiać organizację wieczornych meczy. Aby przekuć związek technologii i tenisa na realne aktywności, OPPO podjęło współpracę z Francuską Federacją Tenisową, organizując specjalne i wyjątkowe wydarzenie pod hasłem „Shot of the Night by OPPO”.

Tuż przed Finałem singla mężczyzn wyjątkowy kort Simonne-Mathieu spowiła ciemność - wyjątek stanowił jednej jasny punkt świetlny, skierowany na francuską gwiazdę tenisa, Gaela Monfilsa. Wraz z pierwszym serwem Monfilsa kort rozbłysnął idealnie zsynchronizowaną feerią świateł. Wąska grupa fanów i gości mogła podziwiać świetlny spektakl, podczas gdy gracze podłączyli swoje urządzenia Find X2 Pro do ładowarek i rozpoczęło się odliczanie 36 minut - tj. czasu przeznaczonego na ładowanie telefonów. Niektórzy szczęśliwcy mogli nawet wejść na kort i zagrać z Monfilsem oraz Stefanem Bojicem – tenisowym freestylerem . Oświetlenie kortu zmieniało się wykorzystując czujniki, a co za tym idzie dynamicznie dostosowując się do wyniku meczu.

„Zawsze się stresuję aby skończyć moje mecze zanim zapadnie zmrok na kortach Rolanda Garrosa. Dzięki wydarzeniu „Shot at the night” mogłem bez pośpiechy cieszyć się grą i dzielić tym wyjątkowym nocnym doświadczeniem tenisa z fanami” – komentuje Gael Monflis.

Całe wydarzenie zostało utrwalone na fotografiach i filmach wykonanych przy pomocy OPPO Find X2 Pro. Podczas nocnego wydarzenia uczestnicy mogli poznać niektóre najważniejsze funkcje telefonu, takie jak: stabilizacja zdjęć nocnych, szybkie przesyłanie treści na stadion i łączność 5G i - co niezwykle ważne - funkcję szybkiego ładowania SuperVOOC. Gra na korcie trwała 36 minut - czyli tyle, ile potrzeba, aby w pełni naładować baterię Find X2 Pro.

Zdjęcia z tego wydarzenia i wybrane momenty rozgrywki w obiektywie oficjalnych fotografów turnieju, wykonane przy pomocy modelu Find X2 można podziwiać na stronie kampanii OPPO Roland Garros: https://www.oppo.com/en/events/oppo-and-tennis/oppo-and-roland-garros

W tym tygodniu OPPO dodatkowo podkreślił swoją obecność na stadionie, otwierając na miejscu Galerię fotografii, wprowadzając imponujące oznakowanie na kortach i umożliwiając młodym utalentowanym graczom udział w wideokonferencji 5G. Jako sponsor tytularny serii Junior Wild Card OPPO chciał zadbać o to, by młodzi sportowcy, którzy nie mogli osobiście wziąć udziału w turnieju mieli możliwość poczuć niezwykłą energię wydarzenia. Na kilka dni przed otwarciem rozgrywek, prosto z kortów Roland-Garros Guy Forget - były zwycięzca Pucharu Davisa i numer 3 w rankingu najlepszych tenisistów świata - wziął udział z wideoczacie z udziałem młodych tenisistów z Chin, Indii, Rumunii i Tajlandii. Uczestnicy w przyjemnej atmosferze rozmawiali na szereg tematów - od mentalnego przygotowania do meczu, po podjęte przez Francuską Federację Tenisową działania, które zapewniły bezpieczeństwo podczas turnieju, którego termin został przesunięty ze względu na pandemię.

Współpraca z Roland-Garros to podstawa globalnej ekspansji OPPO. Marka podpisała także umowę o współpracy z Wimbledonem, a co za tym idzie OPPO został pierwszym w historii turnieju azjatyckim sponsorem rozgrywek i pierwszym producentem smartfonów. OPPO posiada także pięcioletni kontrakt o współpracy z FC Barcelona - jest to najdłuższa w historii współpraca chińskiej marki z europejskim klubem sportowym. Wśród najnowszych przedsięwzięć OPPO warto wymienić także podpisanie w 2019 r. umowy z organizatorem serii rozgrywek e-sportowych League of Legends, a także dołączenie do maratonu w Bostonie 2020.

**5G kluczowym elementem działań OPPO w Europie**

Podczas dwuletniego zaangażowania marki na rynku europejskim, sponsoring wydarzeń sportowych nie jest jedyną inicjatywą, której celem jest rozwój w regionie. Wśród najważniejszych wydarzeń w 2020 r. warto wymienić:

• Udział w procesie tworzenia pierwszej samodzielnej sieci 5G (SA) na terenie Wielkiej Brytanii, we współpracy z Vodafone i Ericsson. Pilotażowe wdrożenie sieci 5G na brytyjskim Uniwersytecie Coventry, w ramach którego po raz pierwszy w Wielkiej Brytanii zrealizowano także usługi plasterkowania sieci 5G SA przy użyciu smartfonów Find X2 Pro i Reno3 5G od OPPO.

• Badania w zakresie 5G, we współpracy w partnerami z branży i dostawcami pozostaną kluczowym obszarem dla marki - koncern OPPO nawiązał dotąd współpracę z przeszło 40 głównymi dostawcami w Europie.

• W lipcu OPPO było obecne na przeszło 10 europejskich rynkach, debiutując w ostatnim czasie w Niemczech, Portugalii, Belgii i Rumunii

Od połączeń 5G na kortach po współprace w ramach sieci 5G, OPPO dokłada wszelkich starań, by nieprzerwanie budować zrównoważoną łączność na terenie Europy, dostarczając najnowocześniejsze produkty, takie jak smartfony Find X2 Pro i nawiązując bliskie relacje z obecnymi partnerami i poszukując nowych.

**W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji prosimy o kontakt z**:

Piotr Żaczko, PR Manager

[*piotr.zaczko@oppo-aed.pl*](mailto:piotr.zaczko@oppo-aed.pl)

**O marce OPPO**

OPPO jest wiodącym producentem inteligentnych urządzeń, która dostarcza produkty o unikalnym wzornictwie i wyposażone w innowacyjne technologie. Firma plasuje się w pierwszej piątce pod względem wielkości udziału w globalnej sprzedaży smartfonów. Obecnie działalność OPPO obejmuje ponad 40 krajów i regionów. Firma posiada 6 instytutów badawczych i 4 centra B&R oraz międzynarodowe centrum wzornictwa w Londynie.

Od wprowadzenia na rynek swojego pierwszego smartfonu w 2008 r., firma nieustannie w swoich projektach koncentruje się na jak najlepszym połączeniu najwyższej jakości wzornictwa i przełomowych technologii. To sprawia, że OPPO jako pierwsze wprowadziło rozwiązania, które następnie przeniknęły do całego rynku. Na przykład zapoczątkowało erę zdjęć „selfie” oraz będąc pierwszą marką, która wprowadziła smartfony z przednimi aparatami 5 MP i 16 MP, a później także z obrotowym modułem obiektywu, funkcją Ultra HD oraz technologią 5x Dual Camera Zoom. Aktualnie OPPO jest pionierem we wdrażaniu rozwiązań opartych o 5G demonstrując pierwsze realne zastosowania tej technologii dla potrzeb konsumenckich oraz przedstawiając pierwsze urządzenie, które realnie będzie korzystać z sieci 5G dzięki współpracy ze szwajcarskim operatorem Swisscom.

**OPPO w Polsce**

Marka OPPO jest obecna w Polsce od stycznia 2019 roku i systematycznie buduje swoją pozycję na rynku. Produkty OPPO można zakupić u najbardziej renomowanych sprzedawców detalicznych: MediaMarkt, Media Expert, RTV Euro AGD, NEONET i x-kom oraz poprzez Strefę Marki OPPO na Allegro. Smartfony OPPO znajdują się także w ofercie operatorów telekomunikacyjnych.