**OPPO świętuje trzeci rok partnerstwa z Roland-Garros**

***Wraz z tegoroczną odsłoną Wielkiego Szlema w Paryżu, OPPO rozpoczyna kampanię "Play With Heart".***

**OPPO świętuje powrót tenisa na korty Roland-Garros. To już trzeci rok z rzędu, kiedy marka jest partnerem premium turnieju. Firma pozostaje też pierwszym w historii producentem smartfonów będącym partnerem wydarzenia.**

Turniej Roland-Garros to nie tylko powrót światowej elity tenisa do Paryża, ale także powrót fanów na trybuny. Aby uczcić ich obecność na słynnych glinianych kortach marka OPPO rozpoczęła kampanię "Play With Heart". W jej ramach OPPO zachęca fanów, na wszystkich platformach społecznościowych, do złożenia hołdu swojemu ulubionemu sportowi i do dzielenia się pasją do tenisa za pomocą unikalnych zdjęć i treści. W kampanię zaangażowani są również influencerzy i twórcy z całego świata.

*Chcemy celebrować święto tenisa i dlatego zależy nam najbardziej na tym, by najwięksi fani tego sportu wspólnie z nami pokazali i podzielili się swoją pasją do gry.* - powiedział Gregor Almassy, Overseas CMO w OPPO. *To właśnie z myślą o miłośnikach tenisa rozpoczęliśmy kampanię 'Play With Heart'. Chcemy na nowo wzniecić w nich pasję kibicowania, ale także kreować zupełnie nowe doświadczenia, tak, aby fani na całym świecie mogli prawdziwie świętować powrót tenisowych Wielkich Szlemów, jak Roland-Garros.*

*Jesteśmy niezwykle dumni z naszej relacji z marką OPPO i cenimy jej ciągłe wsparcie w tak trudnych czasach. Podobnie jak w poprzednich latach, pasja i innowacje są w centrum naszego partnerstwa, a kampania "Play With Heart" podkreśla wspólne DNA i cel, jakim jest zbliżenie fanów tenisa i umożliwienie im pokazania i podzielenia się swoją pasją do sportu, który wszyscy kochamy.* - dodał Gilles Moretton, prezes Francuskiej Federacji Tenisowej.

W ramach kampanii „Play With Heart*”*, OPPO podejmie skoordynowane aktywności na całym świecie. Jedną z nich będzie projekt „Wall of Heart", który ma na celu zachęcić fanów do uprawiania tenisa, poprzez specjalną serię odnowionych ścian wokół kortów w Paryżu i Londynie.

*Cieszę się, że mogę kontynuować moją współpracę z OPPO i jestem wdzięczny za całą pracę, jaką marka wykonuje na rzecz promocji tenisa*. - powiedział Gael Monfils, zajmujący 15 pozycję w świa-towym rankingu, który wspiera kampanię OPPO. *Cieszę się, że mogę być częścią kampanii „Play With Heart”, która, da następnemu pokoleniu tenisistów i fanów coś, czym będą mogli się ekscytować w tym roku.* – dodał

Kampania „Play With Heart” podkreśla zaangażowanie OPPO w promowanie tenisa jak i generalnie sportu. Partnerstwo z turniejami Roland-Garros i Wimbledon jest częścią misji marki, polegającej na budowaniu wspólnych okazji do emocjonowania się wyjątkowymi sportowymi momentami z fanami tenisa na całym świecie.

**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, który dostarcza produkty o unikalnym wzornictwie, 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.

**Rozwiązania OPPO**

Od wprowadzenia na rynek swojego pierwszego smartfona w 2008 r., marka nieustannie 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 było 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. Firma przedstawiła również pierwsze w Europie dostępne komercyjnie urządzenie, które w pełni korzysta z sieci 5G – OPPO Reno 5G.

**OPPO w Polsce**

OPPO jest obecne w Polsce od stycznia 2019 roku i systematycznie buduje swoją pozycję na rynku. Dzięki przemyślanej strategii marketingowej, po ledwie półtora roku od debiutu nad Wisłą, marka zdobyła rozpoznawalność już u co trzeciego Polaka. W 2020 r. ambasadorem **OPPO w Polsce**został Marcin Prokop, znany dziennikarz i osobowość telewizyjna. Produkty OPPO można zakupić u najbardziej renomowanych sprzedawców detalicznych: MediaMarkt, Media Expert, RTV Euro AGD, NEONET, Komputronik i x-kom oraz poprzez Strefę Marki OPPO na Allegro. Smartfony **OPPO w Polsce**znajdują się także w ofercie wszystkich głównych operatorów telekomunikacyjnych. Aktualnie w ofercie **OPPO Polska**znajdują się dwie linie smartfonów – [Seria Reno](https://www.oppo.com/pl/smartphone-reno/) i [seria A](https://www.oppo.com/pl/smartphones/series-a/), a także urządzenia ubieralne jak [smartwatche](https://www.oppo.com/pl/accessory-oppo-watch/) i słuchawki bezprzewodowe.

OPPO zdobyło nagrodę „Marka Roku” plebiscycie Tech Awards 2020.