**OPPO przywraca kolory ikonicznych zdjęć tenisowych, by uczcić powrót Wimbledonu**

**OPPO, oficjalny partner Wimbledonu, z okazji powrotu turnieju Wielkiego Szlema na korty, wystartował z nowym projektem - *Courting the Colour*. We współpracy z Getty Images, OPPO przywróciło kolory starych, kultowych fotografii, aby opowiedzieć na nowo historie kryjące się za każdą z nich.**

Stare fotografie zostały poddane procesowi renowacji przez ekspertów z Getty Images, ze wsparciem technologii obrazowania OPPO. Kolekcja *Courting the Colour*, składająca się z siedmiu zdjęć, przedstawia m.in. pierwszych afroamerykańskich sportowców, którzy wygrali Wimbledon - Altheę Gibson i Arthura Ashe'a. W nowej odsłonie fotografię można odczytywać jako obraz ludzkiej odwagi w obliczu niesprawiedliwości społecznej tamtych czasów. Z kolei zdjęcie, na którym widać Suzanne Lenglen, Helen Jacobs i Freda Perry'ego, pokazuje ikony kultury oraz to, jak walczyły o swoją tożsamość i przekonania. Znani z tego, że w wielkim stylu prezentowali się na turnieju, zmieniali nie tylko modę na korcie i poza nim, ale także stereotypowe postrzeganie sportowców i sportsmenek.

*OPPO, od trzech lat będące partnerem Wimbledonu, doskonale rozumie ducha tego sportu i radość, jaką niesie zarówno zawodnikom, jak i fanom powrót na korty zamknięte wcześniej przez pandemię. Poprzez ponowne skupienie się na istocie tenisa mamy nadzieję przywrócić głębszą więź kibiców ze sportem. Wimbledon, jako filar tenisa jest najlepszym miejscem, żeby o to zadbać* – skomentował Gregor Almassy, Overseas CMO for OPPO.

*Tenis, jako dyscyplina sportowa, od dawna korzysta z nowych technologii, wykorzystując najnowsze osiągnięcia do ułatwienia ważnych rozmów i ulepszenia samej gry. Dlatego też Wimbledon jest niezwykle dumny ze współpracy przy kampanii Courting the Colour z wiodącym innowatorem jakim jest firma OPPO* – dodał Mick Desmond, Commercial & Media Director,AELTC.

*Courting the Colour* jest serią aktywacji realizowanych w ramach kampanii OPPO *Play with Heart,* stworzonej, aby pomóc zbliżyć fanów do sportu - i jak widać to na zdjęciach - pokazać, że grając z sercem możemy przezwyciężyć trudne czasy i promować różnorodność.

Kolekcję fotografii *Courting the Colour* można zobaczyć tutaj: [**https://events.oppo.com/en/oppo-and-tennis/#awakencolour**](https://urldefense.com/v3/__https:/events.oppo.com/en/oppo-and-tennis/*awakencolour__%3BIw!!HhhKMSGjjQV-!p20ITx9WT5NEQiwtT-kcRSOwOxygW38Dwc4UtSH-55v6BWDWv9XLQ8Mic1Zh4yG8naL9T-0$)

**Kolekcja Courting the Colour**

**Fotografia: Althea Gibson**

Althea Gibson, pierwsza Afroamerykanka, która wygrała Wimbledon, jest przedstawiona w trakcie opuszczania kortu wraz ze swoją rodaczką Darlene Hard po ciężkim sportowym pojedynku. Przy wykorzystaniu miliarda kolorów, obraz, który pierwotnie był czarno-biały, ożywia prawdziwą ikonę i liderkę, która nigdy nie akceptowała "nie" jako odpowiedzi w życiu i nieustannie dążyła do pokazania, że zasługuje na swoje miejsce na korcie, niezależnie od koloru skóry.

**Fotografia: Arthur Ashe, Jimmy Connors**

Arthur Ashe, pierwszy Afroamerykanin, który wygrał Wimbledon, został sfotografowany w 1957 roku u boku Jimmy'ego Connorsa. Wykorzystując miliard barw, obraz, który pierwotnie był czarno-biały, został ożywiony by pokazać nieugiętość jaką Arthur wykazał się w obliczu niesprawiedliwości społecznej swoich czasów.

**Fotografia: Helen Jacobs**

Helen Jacobs jest przedstawiona na Roland Garros, gdzie w 1934 roku zmieniła oblicze mody, będąc pierwszą kobietą, która zamiast sukienki założyła na kort szorty.

**Fotografia: Fred Perry**

Ikona kultury, Fred Perry zdobył 14 tytułów mistrzowskich, zanim stworzył swoją kultową linię odzieży sportowej, która zmieniła świat mody. Na zdjęciu z 1934 roku Perry ma na sobie swoją słynną już na całym świecie koszulę.

**Fotografia: Suzanne Lenglen**

Pionierka mody Suzanne Lenglen na zdjęciu obok Elizabeth Ryan; jedna z najwcześniejszych fotografii przedstawiających sportsmenki grające w tenisa. Dzięki swojej pasji, Lenglen wyprzedzając swoje czasy stała się ikoną kobiet.

**Fotografia: All England Croquet Club**

Członkowie All England Croquet Club przed pawilonem Wimbledonu w 1870 roku. W 1877 roku, po pierwszym turnieju tenisowym, klub zmienił nazwę na The All England Croquet and Lawn Tennis Club.

**Fotografia: Wimbledon, po II Wojnie Światowej**

Po zakończeniu II Wojny Światowej, Wimbledon odbył się po raz pierwszy w 1946 roku. W tle wciąż można dostrzec zniszczenia spowodowane przez naloty. Odrestaurowane zdjęcie daje fanom nową perspektywę na ich ukochany sport.

**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.