
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Světová TV premiéra díky Radegastu: hokejový zápas očima
bojovníků

Klient:

Radegast (Plzeňský prazdroj)

Agentura / Přihlašovatel:

2Score

Spolupracující agentura / subjekt:

TELH, BPA sport marketing, Oneplay Sport, MSL

Individuální kredity:

Martin Bejček, Project Manager, 2Score

Daniel Bartošek, Senior Project Manager, 2Score

Ladislav Kolář, National Sponsoring Manager, Plzeňský prazdroj

Lucie Pazderská, Senior Brand Manager, Plzeňský prazdroj

Miloslav Vach, Brand Specialist, Plzeňský prazdroj

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

**Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění**

Kontaktní osoba:

Jméno: Svatopluk Smysl

Firma/organizace: 2Score

Stručné shrnutí projektu:

Radegast připravil netradiční divácký zážitek a světovou premiéru pro sportovní broadcasting. Díky technologii bodycam mohli hokejoví fanoušci u televize sledovat v přímém přenosu celé soutěžní utkání pohledem dvou hráčů-bojovníků. Aktivita měla kromě zásahu v TV o délce 60 minut i další přesah do tradičních médií, digitálního obsahu a matchday experience.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Radegast je dlouhodobým partnerem hokejové extraligy a prostřednictvím statistiky Radegast Index oceňuje nejbojovnější hráče soutěže. V aktuální sezoně chtěla značka posílit spojení Radegast – bojovnost – správní chlapi prostřednictvím aktivity, která osloví hokejové fanoušky i širokou veřejnost skrze tradiční média i digitální komunikaci.

Strategie a kreativa:

Pro utkání HC Sparta Praha – HC Dynamo Pardubice proto Radegast připravil netradiční divácký zážitek. Díky technologii bodycam mohli fanoušci u televize sledovat v přímém přenosu jedno z nejzajímavějších utkání základní části pohledem dvou hráčů-bojovníků. Jednalo se o světovou premiéru v rámci oficiálního soutěžního utkání, kterou dosud nezažila ani NHL.

Technologii bodycam tvoří miniaturní a odlehčená kamera, která je uchycena na speciální vestě pod dresem, aby nebyl narušen komfort ani pohyblivost hráčů. Zároveň je schopna přenášet signál v kvalitě odpovídající nárokům televizního vysílání.

Nástroje a aktivity:

Představení projektu a technologie proběhlo na mediálním briefingu. Díky spolupráci a podpoře Tipsport extraligy, APK, společnosti BPA sport marketing, oficiálního vysílatele a klubů HC Sparta Praha a HC Dynamo Pardubice se záběry dostaly do přímého přenosu na Oneplay Sport (v hlavním vysílání i multidimenzi) i na velkoplošnou obrazovku v O2 areně. Oficiální kanály klubů a extraligy následně organicky šířily další obsah i highlighty prostřednictvím svých digitálních kanálů.

Výsledky:

Radegast se stal nepřehlédnutelnou součástí celého TV přenosu extraligového utkání (60 minut čistého herního času) a fanoušci se díky bodycam dostali na dosah nejdůležitějším momentům hry. Aktivace získala pozornost přes 16 tis. fanoušků v areně a cca 170 tis. diváků u televize. Projekt se stal jednou z hlavních zpráv televizních novin na Nově a PR výstupy celkově vygenerovaly reach přes 5,1 milionu (splnění KPI na 170 %). Navazující obsah z aktivace zaznamenal téměř 1,5 milionu views na sociálních sítích. Jednalo se o historický moment pro extraligu, sportovní broadcasting i značku Radegast.

Weblinky:

<https://www.facebook.com/watch/?v=1472526900673154>