

Praha 25. července 2016

Evropa 2 má novou imageovou kampaň. Sází na téma lásky

Nejposlouchanější rádio pro mladé, Evropa 2, spustila v průběhu května novou imageovou kampaň. Kampaň je pozitivně laděná a jejím hlavním motivem je léto a láska. Má oslovit klasickou cílovou skupinu Evropy 2, tedy mladou generaci ve věku 15 – 29 let. Na kampani pracovali zkušení profesionálové z oboru, fotograf Goran Tačevski a za kreativní produkci stojí agentura Bistro Films ve složení Viktor Mára - režisér a producent, Karel Fairaisl – kameraman, Filip Malásek – střih. V rámci mediálního plánování bylo využito komplexního mediamixu se zastoupením printu, televize, internetu, eventů i kinoreklamy. Nová kampaň využívá i sociální média a vlastní cross-promotion.

Nežijeme teď v lehké době, valí se na nás spousta negativních zpráv. Proto jsme chtěli vytvořit mladý, pozitivními emocemi nabitý koncept. Evropa 2 byla vždy aspirativním brandem, MaXXimem muziky ve spojení s MaXXimem lásky chceme zlepšit našim posluchačům náladu,“ vysvětluje záměr kampaně Pavel Renčín, ředitel marketingové komunikace Lagardere Active ČR.

„Víme, že mladí lidé chtějí kromě zábavy i upřímné emoce a čisté hodnoty, přátelství, lásku. Tohle všechno jim dává Evropa 2 a tohle všechno jsme obsáhli v nové kampani. Neskončíme ale jen u vizuální stránky věci, ale půjdeme i mnohem blíže k posluchačům. Například už nyní vyráží Evropa 2 na svou Live-tour po českých městech a chystáme i třídní festival s názvem Pigyáda - Léto lásky, říká Michel Fleischmann, prezident Lagardere Active ČR.

Pigyáda - Léto lásky je nový třídní rodinný festival, který by se měl uskutečnit druhý srpnový víkend v Šiklandu na Vysočině a měl by být přirozeným vyvrcholením kampaně Evropy 2. Festival chystá Evropa 2 ve spolupráci s multimedialním projektem Pigy a také strategickým partnerem, společností Šikland. Tématem festivalu je oslava hudby, lásky a její plodů a přátelství a celý je koncipován jako odkaz na hnutí hippies ze 70. Let „Summer of love“. Návštěvníci se mohou těšit na dvě stage, na kterých vystoupí více než 15 tuzemských umělců, mezi nimiž jsou například kapely Chinaski, Jelen, Slza nebo zpěvák Xindl X. Celá show pak bude doprovázena akrobatickými a kouzelnickými vystoupeními, světelnými efekty a nebude chybět ani ohňostroj.

Mediální skupina Lagardere Active ČR patřící do nadnárodní sítě Lagardère Group, je jedním z nejvýznamnějších hráčů na českém rozhlasovém trhu. Provozuje 5 českých rozhlasových stanic, jednu slovenskou a také mediální zastupitelství Regie Radio Music (RRM). RRM od roku 2014 spoluvlastní obchodní síť RADIOHOUSE, jejíž rádia si týdně naladí 72 % posluchačů v ČR. V online prostředí je Lagardere prostřednictvím svých i zastupovaných projektů měsíčně schopná oslovit více jak dva miliony reálných uživatelů.

Zuzana Nevoralová

PR manažerka, tisková mluvčí

tel.: + 420 734 353 939

e-mail: zuzana.nevoralova@lagardere.cz