**Katowice, 11 marca 2024 r.**

**Historyczna podróż w nowej kampanii Betclic Polska.**
**Międzynarodowa produkcja bukmachera**

**Wiodący, legalny bukmacher, Betclic, rozpoczął 11 marca nową kampanię wizerunkowo-produktową. Marka promuje przełomową zmianę w ofercie – Grę bez podatku, dzięki której każdy Gracz operatora może wygrać więcej. Bukmacher pokrywa bowiem podatek od stawki za zakłady. Produkcja kampanii ma międzynarodowy charakter, a całość realizowana jest
z przeznaczeniem wyłącznie na polski rynek.**

Kampania „Gra bez podatku” emitowana jest w Internecie i telewizji. Na jej potrzeby powstała seria dedykowanych spotów produktowych (w wersji 90, 60, 30 i 15-sekundowej)
i sponsoringowych (wersje 15-sekundowe), a także sześciosekundowe reklamy akwizycyjne
i bumpery oraz 113-sekundowa wersja reżyserska.

Spoty przedstawiają trudną relację głównego bohatera z poborcami podatkowymi na przestrzeni dziejów i utrzymane są w charakterystycznym dla marki, humorystycznym klimacie. Twórcy zabierają widzów w historyczną podróż do Imperium Rzymskiego, czasów Średniowiecza oraz niewielkiego miasteczka gdzieś na Dzikim Zachodzie.

Za produkcję odpowiadają uznani, portugalscy reżyserzy – Joar Marques i Nuno Alberto, którzy poza spotami dla marki Betclic, mają na koncie także reklamy m.in. dla Lidla, IKEI czy Vodafone. Zdjęcia kręcone były na planach filmowych w Bułgarii i Rumunii. Muzykę stworzył Fred Ferreira, portugalski perkusista i producent, który grał w zespołach takich jak: Dapunksportig, Buraka Som Sistema, Orelha Negra czy Banda do Mar. Betclic ma duże doświadczenie
w tworzeniu kreatywnych kampanii opartych o kreacje filmowe. Za sprawą platformy i domu produkcyjnego Betclic Studios jest również rynkowym liderem w dziedzinie video branded content. Kampania jest jednak największym jak dotąd przedsięwzięciem reklamowym marki.

*– Nowa kampania pod względem skali i jakości produkcji stoi na międzynarodowym poziomie, choć realizowana jest z przeznaczeniem wyłącznie na polski rynek. Jesteśmy niezwykle dumni z tego projektu i cieszymy się, że udało nam się zaangażować do niego twórców o światowej renomie, mających na koncie współpracę m.in. z jednym z najlepszych piłkarzy w historii –* **mówi Bartłomiej Płoskonka, country manager Betclic Polska**.

*– Jesteśmy naprawdę dumni i podekscytowani, że mogliśmy przyczynić się do tej kampanii, której rozmach i charakter bez wątpienia nazwać można „paneuropejskim”. Szczególnie cieszy nas fakt, że zrealizowaliśmy ją z naszym długoletnim partnerem, marką Betclic. Wyjątkowość lokacji i obsady oraz talent twórców, z którymi współpracowaliśmy bez wątpienia idą w parze z jakością nowej oferty Betclic* - **mówi Pablo Dominguez Agregan, dyrektor kreatywny grupy w 180heartbeats + Jung von Matt.**

Za koncepcję kreatywną kampanii odpowiada 180heartbeats + JUNG v MATT. Spoty wyprodukowało studio produkcyjne Dobro, a za reżyserię odpowiada 78 Films z Lizbony. Zakupem mediów zajmuje się Star Media. W komunikacji projektu markę wspiera agencja K+ PR.

W Polsce obowiązuje podatek od stawki w zakładach wzajemnych w wysokości 12%[[1]](#footnote-2), który jest opłacany przez operatorów, ale potrącany Graczom z wygranej. Betclic od 11 marca wprowadza rewolucję, dzięki czemu każdy Gracz Betclic będzie wygrywał więcej. Nowe rozwiązanie zostało wprowadzone do 14 kwietnia. Celem kampanii jest promocja tej zmiany.

**LINKI:**[wersja reżyserska (113 sek.)](https://youtu.be/7dutKqgKHyM)
[wersja 30 sek.](https://youtu.be/FQ3AKwuUJfQ)
[wersja 15 sek.](https://youtu.be/19KzVgFZHrA)

**CREDITS:**

Nuno Alberto - Director

João Marques - Director/DOP

Vasco Sansa - First Assistant Director

Tita - Gaffer

Tiago Guerra - Producer

Adam Smereczyński - Chief Creative Officer & Partner

Pablo Dominguez Agregan - Group Creative Director

Marcela Chełstowska - Business Director

Radosław Smorga - Chief Growth Officer & Partner

Manuel Gomez Bautista - Junior Art Director

Aleksander Madej - Copywriter

Wojciech Barczuk - 2nd Unit Director

Franek Horubała - 2nd Unit DOP

Produkcja - DOBRO

Postprodukcja - Televisor

Muzyka - Fred Ferreira

Sound Design - Halo Productions

Ricardo Domingues - Head of International Markets

Ricardo Malaquias - Marketing Project Manager

Bartłomiej Płoskonka - Country Manager

Anna Stolarz - Marketing Project Manager

Adrian Sztuk - Brand Manager

*– KONIEC –*

**O BETCLIC**

Betclic to legalny bukmacher i czołowa europejska marka o zasięgu globalnym. Od lat jest liderem rynków we Francji
i Portugalii, a od lipca 2019 roku jest dostępny także dla klientów w Polsce. Od początku mocno angażuje się we wspieranie sportu. Od 2023 roku jest Oficjalnym Partnerem Bukmacherskim organizacji UFC i Sponsorem Strategicznym piłkarskiego Ruchu Chorzów, a od sierpnia 2020 roku sponsoruje także federację sportów walki Fame MMA. Marka jest również sponsorem tytularnym międzynarodowej drużyny e-sportowej Betclic Apogee. Betclic w przeszłości wspierał także Lechię Gdańsk, Piast Gliwice i reprezentację Polski w siatkówce. Betclic jest także sponsorem wydarzeń kulturalnych takich jak SBM FFestival, SnowFest Festival czy Polish Lech Hip-Hop Festival.

*Promocja obowiązuje od 11.03.2024 do 14.04.2024. Szczegóły promocji w regulaminie dostępnym na* [*www.betclic.pl.*](https://www.betclic.pl.) *Hazard wiąże się z ryzykiem. BEM to legalny bukmacher. Gra u nielegalnych grozi konsekwencjami prawnymi. 18+*

1. *Źródło: Ustawa o grach hazardowych, Dziennik Ustaw z 2023 r. poz. 227* [↑](#footnote-ref-2)