

## Trojhlavé draky, odvážni rytieri, hladní ludožrúti či jednookí piráti. Takto vznikali spoty z vašej obývačky pre 365.bank počas karantény

Niekoľko dní príprav, hodiny poctivého natáčania, slnko aj mráz, no predovšetkým dobrá nálada a zábava. Aj takto vyzeralo natáčanie videí do reklamy 365.bank, ktorého sa chopili bežní ľudia počas karantény vo svojich obývačkách alebo záhradách. Celkovo sa do výzvy vyrobiť spoty pre 365 banku zapojilo vyše 70 rodín a kamarátov. Prinášame vám pohľad do zákulisia príprav, na stavbu kulís, výrobu masiek a výborné herecké výkony dospelých aj detí, a to očami hlavných aktérov.

Už tretí týždeň môžete na televíznych obrazovkách sledovať reklamy z vašej obývačky. Koronavírus totiž spravil 365 banke škrt cez plán natočiť nové spoty, a tak sa tejto úlohy chopili bežní ľudia. Reakcie na výzvu, ktorú adresovala verejnosti, nedali na seba dlho čakať. Prvé výsledky sa dostavili už po pár dňoch.

Dokopy vybrala 365 banka spolu s reklamnou agentúrou Wiktor Leo Burnett 11 videí, ktoré odvysielala v televízii. **Za dvanásť spot** pritom môže tento týždeň **hlasovať** prostredníctvom [Youtube](#) kanála aj **verejnosc**. Video s najvyšším počtom hlasov uzavrie dvanásťku najlepších a jeho autor takisto získa 365 €.

Možnosť zažiť niečo nové a zábavné priniesla do nejednej domácnosti chýbajúce rozptýlenie a pozitívne nabúrала karanténny stereotyp. Ako prebiehalo natáčanie a proces výroby videí? Opýtali sme sa samotných aktérov.

*„Sukničky z rákosia, ktoré nás všade pichali, vonku nula stupňov a na nás takmer žiadne oblečenie. Vypadávajúca dióda v oku robota, veľká padajúca hlava mimozemšťana, cez ktorú nebolo nič počuť, či nedobrovoľné oholenie brady a pády z longboardu. Aj takto vyzeralo naše natáčanie. Zistili sme napríklad aj to, že visieť na papeku ludožrútov vôbec nie je také jednoduché, ako sa môže zdať. Máme veľa zážitkov, na ktoré budeme dlho spomínať,“* uvádza Libor Ondrejko, člen tímu, ktorý sa zapojil do produkcie až dvoch spotov. Prvý, o [ludožrútoch](#) už možno sledovať na TV obrazovkách, druhý bude nasadený čoskoro.

Natáčanie si pochvalujú aj Tokošovci, tvorcovia videa o [rytierovi](#) a trojhlavom drakovi. Podľa nich bolo zábavné, ale aj hektické, pretože popasovať sa museli nielen s chladným počasím, ale aj s odolávaním „najmladšej hlavy“ trojhlavého draka v podaní ich 5-ročnej dcéry.

*„Deň vopred sme si zozbierali po celom dome a záhrade rekvizity a masky. Manžel v úlohe rytiera si vlastnoručne spravil štít a z dreva vyrobil provizórny stojan, pretože sme nemali kameramana. Na druhý deň sme postavili kulisy. Keď už bolo všetko pripravené, naša dcérka si to rozmyslela a začala protestovať. Spolu s manželom, ktorý mrzol v legínsoch, sme ju začali prehovárať, motivovať a trochu aj podplácať príslubom nových hračiek, aby začala spolupracovať. Nakoniec sa všetko podarilo,“* hovorí Natália Tokoš Valentová.

V televízii zahviezdili aj Karáskovci, ktorí v obývačke natočili video o [pirátoch](#). „Syn Karol bol z možnosti účinkovať v spote nadšený a hneď nám oznámil, že chce byť v telke. Trošku nám to narušilo pôvodný plán, pretože natáčať sme chceli s hračkami,



bez ľudí. Vymyslieť scénu tak, aby bolo všetko vidno, a to aj napriek výškovému rozdielu medzi chalanmi, bolo pomerne náročné, ale zvládli sme to. Keďže sme začali točiť pomerne neskoro, mladší syn zaspal skôr, ako sme skončili. Makrela teda nakoniec nebol on, ale ja," prezrádza Lucia Karásková.

Okrem výborných hereckých výkonov, masiek a kostýmov sa v reklamách 365 banky objavuje aj [animovaná](#) tvorba. Takéto stvárnenie si vybral Peter Kružic, aby sa odlišil od ostatných: „Keďže žijeme v dobe mobilov, ktoré dokážu natáčať videá v parádnej kvalite, tušil som, že väčšina spotov bude na úrovni. Animácia sa mi zdala ako dobrá voľba a alternatíva klasického filmovania. Popritom som si zaspomínal aj na svoje detské časy, keď som sledoval Pokémonov. Inšpiroval som sa pohyblivými farebnými pozadiami, ktoré mali pri jednotlivých súbojoch, a tieto ‚anime‘ prvky som použil vo videu pri zobrazení platieb hodinkami a mobilom.“

Všetky kreatívne výtvary, ktoré vznikali v domácom prostredí, môžete sledovať [TU](#). Ich hlavným aktérom 365 banka touto cestou ďakuje.

### Vizitka kampane:

Agentúra: Wiktor Leo Burnett  
 Creative Director: Martin Motáček  
 Strategy Director: Vladimír Lefík, Dominika Múdra  
 Art Director: Tomáš Galajda  
 Graphic Designer: Juraj Vačko  
 Copywriter Senior: Martin Motáček  
 Copywriter: Lucia Kekeňáková, Slavomír Baran  
 Account Manager: Michal Kopriva  
 Produkcia: JOJ Production, Katarína Kintlerová

### O 365 bank:

Sme banka pre dnešných ľudí. Veríme, že súčasné technológie nám umožňujú byť pre klienta naozaj užitočnými. Stačí len zapnúť si smartfón. Preto na Slovensko prinášame bankovníctvo, ktoré je postavené na princípe „mobile first“. V centre všetkého, čo robíme, je klient. Bankovníctvo budujeme tak, aby bolo preňho jednoduché, príjemné na používanie a inteligentné. Našou ambíciou je byť takou bankou, ktorú budete chcieť používať každý deň. Viac na [www.365.bank](http://www.365.bank)

**Kontakt pre médiá:** Linda Gáliková, PR manažér, e-mail: [linda.galikova@365.bank](mailto:linda.galikova@365.bank), mobil: +421 910 866 913