

Nazywam się Ben.

Ben 10



100+

CYTATÓW Z SERIAŁU I KOSMICZNYCH EFEKTÓW DŹWIĘKOWYCH

ZMIENI SIĘ W JEDNEGO Z 10 KOSMITÓW



Jesienią ub.r. w wielkim stylu powrócił Ben Tennyson. 10-letni bohater kreskówki, która w latach 2006-2013 biła rekordy popularności, ponownie zagościł na małym ekranie, bo każdy chłopiec chce być superbohaterem. Słupki oglądalności nadawanego w kanale Cartoon Network serialu szybko poszybowały w górę. A wraz z nimi marzenia dzieci o gadżetach dzielnego chłopca i wszystkim, co pochodzi z jego świata...

Oczekiwaniom fanów Bena 10 sprostała firma Epee. W ofercie dystrybutora już pod koniec sierpnia pojawią się produkty licencyjne od Playmates. Będą wśród nich figurki, figurki deluxe ze światłem i z dźwiękiem, zestawy tematyczne (z maską i rękawicą) oraz 60-centymetrowy zestaw deluxe z Gruchotem – serialowym kamperem (zawierający samochód z akcesoriami, obrotową komorę transformującą, obrotowe krzesło armatnie, kosmiczną windeę i działo plazmowe).

Ale nie tylko... Serial wzbogacili nowi kosmici, w ślad za czym na rynku pojawią



100 milionów sprzedanych zabawek, w tym 16 milionów Omnitrixów, to wynik, o jakim marzą producenci i dystrybutorzy zabawek.

Krzysztof Dziełak

się zabawki nawiązujące również do nich. Pośród nich nie zabraknie oczywiście bijącego rekordy popularności Omnitrixa. Za pomocą gadżetu każde dziecko będzie mogło „przemienić się” w dowolnego z dziesięciu kosmitów o niezwykłych mocach. – Jednak tym razem będzie to „superOmnitrix” – z polskojęzycznymi głosami postaci z kreskówki – od nadającego superprędkość Szybcióra po Diamentogłowego, który potrafi walczyć z wrogami, strzelając kryształowymi odłamkami wprost z dłoni – zdradza Eliza Janiak, specjalista ds. marketingu w Epee. – Ben 10 dzięki swojemu niezwykle zegarkowi ma dostęp do świata pozaziemskich mocy, co skutkuje jego niezwykłymi przygodami. Tym samym będą one na wyciągnięcie ręki również dla każdego małego właściciela Omnitrixa – podkreśla. – Gadżet będzie dostępny w wersji ze światłem i 40 dźwiękami, cytatami bohaterów, nagranyymi oryginalnymi głosami z serialu, oraz w wersji deluxe, która będzie posiadała 100 dźwięków i haseł.

HISTORIA ZATACZA KOŁO...

Bena Tennysona sprzed lat dzieci pokochały za jego odwagę i humor, jakim tryskał. Popularność kreskówki zaowocowała produkcją kolejnych odsłon, dwóch filmów animowanych oraz dwóch typu live action. Ogromny sukces produkcji sprzed lat przypieczętowany został wysoką sprzedażą zabawek i interaktywnych gadżetów związanych z Benem 10. – 100 milionów sprzedanych zabawek, w tym 16 milionów Omnitrixów, to wynik, o jakim marzą producenci i dystrybutorzy zabawek. Figurki akcji z bohaterami kreskówki były przez długi czas najsilniejszą pozycją w kategorii – zwraca uwagę Krzysztof Dziełak, prezes firmy Epee. – Ben 10 w latach 2009-2013 był najlepiej postrzeganą marką dla dzieci w wieku 7-9 lat w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i we Włoszech. Dzieci z pasją oddawały się rozrywkom z Benem w roli głównej, chętnie odwiedzały stronę serialu, kupowały czasopisma mu poświęcone. Wokół marki było naprawdę głośno – dodaje. – Jestem przekonany, że współczesne dzieciaki również szczerze

Zdjęcie: Epee



pokochają Bena. Na dowód tego zacytuję słowa, jakie usłyszałem ostatnio z ust kilkuletniego chłopca: „Inni super-bohaterowie rodzą się z supermocami lub są z kosmosu, a on jest chłopcem... Chcę zostać jego przyjacielem”.

WIELKI COMEBACK

Emisja nowych odcinków serialu będzie się odbywać przez najbliższe trzy lata. W tym czasie Ben 10 będzie szeroko obecny podczas organizowanych w całej Polsce eventów (zostały zaplanowane na najbliższe dwa lata, pierwszy odbył się 1-3 czerwca w warszawskiej galerii M1), w reklamach TV i w kinie, w prasie dziecięcej (m.in. konkursy i recenzje), w Internecie oraz na nośnikach reklamowych. 23 września do Polski przyjedzie specjalny samochód odwzorowujący serialowego Gruchota z atrakcjami dla dzieci i strojami postaci. Od listopada w Cartoon Network emitowany będzie nowy teleturniej familijny „Ben 10 – Wyzwanie”. W międzyczasie zostały też zaplanowane cztery duże kampanie reklamowe z Benem 10 w roli głównej. W sklepach pojawią się: ekspozycje Gruchota, displaye i inne materiały do wystroju. – Dzięki takiemu „arsenałowi” współpracujące z nami sklepy mogą mieć stuprocentową pewność, że produkty na licencji Bena 10 długo nie zagrzeją miejsca na półce. Wspólnie z Cartoon Network postawiliśmy sobie za cel skuteczne przywrócenie wszystkim mocy Bena 10 – i mogę śmiało stwierdzić, że skala naszych wspólnych działań marketingowych jest gwarancją sukcesu linii – mówi Eliza Janiak. – Cieszy nas to tym bardziej, że to bardzo pozytywny bohater, który może stanowić wzór do naśladowania dla współczesnych dzieciaków.

Skąd się bierze fenomen Bena 10?

Zapytaliśmy o to Dorotę Pawłowską, senior licensing managera CEE w Turner Broadcasting System Poland Sp. z o.o., nadawcy kanału Cartoon Network.



„Rynek Zabawek”: Światowa premiera nowych odcinków o przygodach Bena 10, popularnego w latach 2006-2013 bohatera, była najważniejszym wydarzeniem jesieni ub.r. w Cartoon Network. Co zdecydowało o ogromnym sukcesie poprzednich serii?

Dorota Pawłowska: – „Ben 10” do dziś pozostaje najbardziej dochodową produkcją Cartoon Network, z obrotem w wysokości 4,5 mld dol. w sprzedaży detalicznej. Jednocześnie jest to najbardziej rozpoznawalna marka stacji. Nowa odsłona serialu została pokazana widzom regionu EMEA i APAC w październiku 2016 r., w kwietniu br. zaprezentowano go w Ameryce Północnej i Łacińskiej. Bohater kreskówki jest zwykłym chłopcem – a nie wybrańcem, nie ma do spełnienia żadnej misji, dlatego chłopcy mogą się z nim z łatwością identyfikować. Bardzo się cieszymy z tej nowej serii, która zaczerpnęła najlepsze elementy z oryginału, a także z nowej linii zabawek, która w Polsce wejdzie do sprzedaży jeszcze tego lata.

Jak dzieci, które wcześniej nie знаły przygód Ben 10, przyjęły bohatera? – Spotkaliśmy się z entuzjazmem zarówno ze strony nowych fanów, jak i tych, którzy dobrze znają Bena 10. Nowa seria jest pełna akcji i humoru, co – jak wiemy – fani Cartoon Network uwielbiają.

Jakiej grupie wiekowej dedykowany jest serial?

– Główna grupa docelowa to dzieci w wieku 4-8 lat, ale dzięki temu, że serial był już emitowany na naszej antenie, wiemy, że ma fanów także wśród starszej grupy wiekowej.

Jaką popularnością się cieszy?

– W regionie EMEA od czasu premiery serial obejrzało już ponad 27 milionów widzów, w tym co drugi chłopiec w RPA, Rumunii, Hiszpanii i Portugalii oraz co trzeci na Węgrzech, w Polsce i Szwecji.

Przez ile sezonów „Ben 10” będzie gościł na antenie Cartoon Network?

– W maju potwierdziliśmy produkcję drugiego sezonu „Bena 10”, któremu towarzyszyć będą premiery gier na konsole i telefony komórkowe z nowymi funkcjami i elementami interaktywnymi. W regionie EMEA pracujemy obecnie nad produkcją teleturnieju „Ben 10 – Wyzwanie”. W naszym, lokalnym Cartoon Network będziemy mogli zobaczyć zmagania uczestników z Polski.

Czy w kreskówce pojawiły się nowe gadzety, nowe postaci itd.? Czy nowe funkcje zyskał kultowy Omnitrix?

– Turbin Wodny to główny kosmita występujący w pierwszej serii i fani mogą być pewni, że zobaczą jego kolejne ciekawe odsłony w drugim sezonie. Omnitrix – zabawka od Playmates – również będzie posiadał wiele nowych, zaskakujących funkcji.

Jakie przesłanie niesie ze sobą serial „Ben 10”?

– „Ben 10” pokazuje, że każdy ma szansę zostać bohaterem i uratować świat.

Jakie działania promocyjne związane z serialem prowadzone są na antenie Cartoon Network? Jakie zostały zaplanowane w najbliższym czasie?

– Premiera teleturnieju „Ben 10 – Wyzwanie” będzie miała miejsce w listopadzie br., co z pewnością wzbudzi entuzjazm i zainteresowanie wokół marki oraz linii zabawek. W ciągu najbliższych miesięcy będziemy także wspierać kolekcję zabawek szeregiem angażujących akcji sprzedażowych – doradzam zatem czujność!