

EUROPA 2

NENORMÁLNE DOBRÉ RÁDIO



HISTÓRIA

Europa 2 je moderné rádio pre mladých. Vysielanie spustilo 12. decembra 2009, keď presne o 12. hodine, 12. minúte a 12. sekunde nahradilo vtedajšiu komerčnú šestku na slovenskom trhu Rádio Okey. Jeho cieľovou skupinou sú poslucháči vo veku 18 – 34 rokov, ktorí preferujú formát CHR (Contemporary Hit Radio), a teda populárnu hudbu. Už pri svojich začiatkoch dávalo rádio priestor pomerne novým hlasom. Väčšina vysielajúcich moderátorov nemala za sebou kariéru v celoplošnom rádiu a v tomto trende Europa 2 pokračuje dodnes. Rádio od svojho začiatku patrilo pod spoločnosť Lagardère Active ČR, ktorá je jedným z najvýznamnejších hráčov na českom rozhlasovom trhu. V apríli 2016 sa firma osamostatnila a pôsobí s lokálnym manažmentom pod vedením generálnej riaditeľky Tatiany Ďuricovej. Za účelom zamerania sa na budovanie značky, digitál a eventy vzniklo v júli 2016 samostatné oddelenie pre marketing a online. Marketing sa tak oddelil od programu a vznikol priestor pre samostatné riadenie piliérov Európy 2 a využívanie synergií. V roku 2018 prišlo k predaju a za rádiom stojí aktuálne nový investor – spoločnosť Czech Media Invest. Súčasný tím rádia Europa 2 tvorí 25 ľudí, z toho 10 moderátorov, ktorí sú aktívni v mnohých showbiznisových odvetviach. Europa 2 aktuálne obsadzujú 3. miesto v rebríčku počúvanosti medzi komerčnými rádiami. Je novodobým trendsetterom

pre mladých ľudí, ktorý neustále prináša nenormálne dobrú energiu a nezabúda ani na moderné technologické inovácie a sociálne siete, v ktorých je jednotka na trhu medzi rádiami (586-tisíc fanúšikov na Facebooku, 75,4-tisíc followerov na Instagrame). Za posledných 8 mesiacov si značka udržuje medzi rádiami aj prvenstvo v rámci onlinu so svojim webom www.europa2.sk. Údaje platné k 1. 7. 2018.

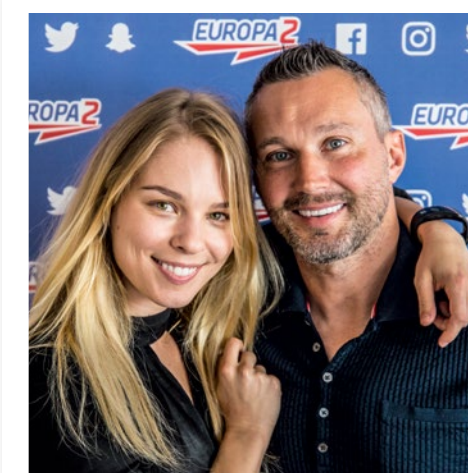
INOVÁCIE

Vzhľadom k cieľovej skupine a pozícii trendsettera sa Europa 2 stavia k svojmu pôsobeniu a aktivitám moderne, inovatívne a technologicky vyspelo – zároveň si vždy zachováva autenticitu, čím sa približuje k mladým ľuďom. Napriek tomu, že Europa 2 je primárne rádio, spolu s vyvíjajúcim sa trhom a trendmi už nestavia len na tomto mediatype. Značka stojí na 4 pilieroch – on-air, online, sociálne siete a eventy. So značkou tak poslucháč a používateľ môže byť „v kontakte“ kdekoľvek, 24 hodín denne a na rôznych platformách. Už len samotné rádio je dostupné cez klasické rádio nosiče, ale aj prostredníctvom online streamu alebo mobilnej aplikácie. Z množstva eventov, ktorým sa rádio venuje, je exkluzívnou aktivitou odovzdávanie Hudobných cien rádia Europa 2 – v roku 2018 sa uskutočnil už druhý ročník multimediálneho eventu, kde v reálnom

čase bol program udalosti na mieste vo vypredanom klube, no zároveň si ho ľudia mohli užiť naživo prostredníctvom vysielania cez video stream na webe a živé prenosy cez sociálne siete. Rovnako netradične sa firma pozerá aj na iné aktivity. K tým patrí napríklad aj hľadanie nových tvárí (moderátorov) prostredníctvom náborovej kampane cez Instagram. Za posledné 2 roky tak firma zamestnala už 2 talentovaných ľudí. Europa 2 začala v roku 2016 ako prvé slovenské médium využívať výhradne informácie z aplikácie Waze pre svoj dopravný servis – za túto inováciu sa dostala na zoznam TOP 30 ideí na konferencii Radiodays 2017 v Amsterdame.

HODNOTA ZNAČKY

Poslucháči rádia Europa 2 si ho zapínajú počas každej príležitosti, či už majú voľný deň, alebo sú v práci. Preto z neho počujú len pozitívnu energiu, uvoľnenú atmosféru, odviazanú náladu a najhorúcejšie novinky z hudobného sveta – aby boli vždy dobre naladení. Exkluzívne premiéry pesničiek, inšpirujúce príbehy úspešných ľudí či nenormálne výzvy, ktoré podstupujú moderátori. To všetko preto, aby sa ľudia zabávali, mali vždy tie najnovšie informácie a boli plní energie. Europa 2 si uvedomuje status trendsettera, čo si vyžaduje byť v strehu, prinášať novinky a inovácie. Značka však nezabúda,



že je súčasťou dospievania jej poslucháčov, a tým aj edukácie mladých ľudí. Je preto aktívna aj v rámci CSR aktivít, čím sa snaží poukázať tiež na dôležitosť dobročinných a charitatívnych projektov.

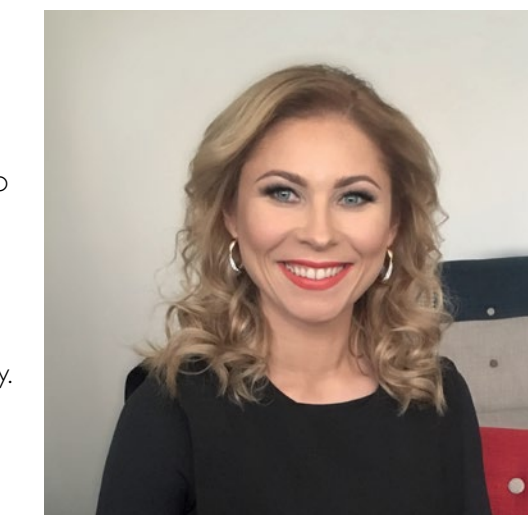
MARCOM A ÚSPECHY

Za jeden z najúspešnejších projektov Europa 2 rádio považuje kampaň Hudobné ceny. Počas 4 rokov prešlo odovzdávanie z on-air vysielania do veľkého multimediálneho eventu, ktorý sa zakaždým vypredal. Vďaka úspešnosti projektu a pozitívnym ohlasom rádio plánuje aj ďalšie ročníky. Za spomenuté určite stojí ďalšia úspešná aktivita, ktorá má za sebou 3 ročníky – Tvár do rádia, kde rádio verejne vyhlásilo náborovú kampaň na hľadanie nového moderátorského talentu prostredníctvom Instagramu. Počas roku 2017 rádio prinieslo kampaň s názvom Hudba spája, v ktorom sa snažilo vtipným spôsobom poukázať na reálne spoločenské témy. Prepojilo tak hudbu a súčasne rezonujúce problémy, či už v politike, alebo náboženstve, a poukázalo tak na pozitívny odkaz, ktorého základným elementom je sila hudby. Zároveň Europa 2 neustále pripravuje projekty týkajúce sa aktuálnych tém, ktoré sú medzi poslucháčmi mimoriadne populárne. Výsledky, ktoré realizované projekty dosahujú, sú dôkazom a hnacím motorom, aby rádio pokračovalo vo svojej stratégii. Výsledkom všetkých aktivít je zvýšenie počúvanosti a udržiavanie si prvenstva v digitále medzi rádiami.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Rádio Europa 2 niekoľkokrát nezištné podporilo nadáciu Dobrý anjel, a to prostredníctvom on-air aj online priestoru. Okrem samotnej kampane sa nadácia spolu s deňmi stala súčasťou vysielania, kde mala možnosť poukázať na problémy a nutné riešenia. V roku 2017 prostredníctvom kampane Hudba spája Europa 2 poukázala, ako ľudia rôznych vierovyznaní, odlišného názoru a rasovej otázky možno vďaka hudbe spojiť. Hudba je súčasťou životov a univerzálnym jazykom, ktorému rozumie každý. Povzbudzuje, lieči a veľmi často dokáže aj nemožné, napríklad spojiť nespojiteľné. Vzájomná neznášanlivosť a nenávisť vôbec je už niekoľko rokov jednou z najhorúcejších tém. Europa 2 ponúkla riešenie – hudbu, ktorá spája. Ďalším projektom bola Kvapka krvi – deň, počas ktorého rádio vyzvalo ľudí k dobročinnosti, darovaniu krvi tým, ktorí to potrebujú. Samozrejme, súčasťou darcov bol aj tím Európy 2. Zároveň bolo publikované množstvo zaujímavého obsahu, ktorý sa tejto téme venoval a mal za úlohu informovať a edukovať publikum rádia. Výnimkou na zozname spoločensky zodpovedných aktivít nie sú ani zvieratká, ktoré miluje celé rádio. V minulosti vďaka sociálnym sieťam Európy 2 a moderátorom našlo domov už niekoľko nemych tvárí alebo

im bola poskytnutá potrebná pomoc. Europa 2 je v tomto roku partnerom pri charitatívnom behu s názvom Beháme pre srdce, ktorý sa uskutoční už v jeseni 2018. Okrem účasti rádia na programe a na samotnom behu, bude Europa 2 participovať aj na komunikácii, ktorá podporí túto skvelú myšlienku a vďaka ktorej verí, že organizácia vyberá potrebné finančné prostriedky na podporu Detského kardiocentra.



TATIANA ĎURICOVÁ

GENERÁLNA RIADITELKA A PREDSEDNIČKA PREDSTAVENSTVA EUROPA 2, A. S.

„Europa 2 nie je pre mňa iba značkou, je to množstvo zanietých ľudí, ktorí myslia netradične, prinášajú vždy niečo nové a majú pritom veľkú pokoru... Uvedomujeme si ku komu hovoríme, kto nás číta a kto navštevuje naše eventy, a preto okrem toho, že prinášame pozitívnu energiu, najaktuálnejšie hity a snažíme sa s našou cieľovou skupinou držať krok, vieme, že voči našim poslucháčom a čitateľom máme ako médium aj veľký záväzok, keďže aj my ovplyvňujeme ich postoj k životu. Nie sme normálni, užívame si život naplno, skúsime stále nové veci, dávame šancu novým tváram a umelcom a vážime si konkurenciu.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- DENNÁ POČÚVANOSŤ: 329 000 POSLUCHÁČOV
- TÝŽDENNÁ POČÚVANOSŤ: 842 000 POSLUCHÁČOV
- NÁVŠTEVNOSŤ WEBU WWW.EUROPA2.SK: 323 666 RU, 5 256 775 PV
- SOCIÁLNE SIETE:
 - FACEBOOK 586-TISÍC FANÚŠIKOV
 - INSTAGRAM 75,4-TISÍC FOLLOWEROV