Warszawa, 26.11.2020

**Beata Kozidrak mierzy decybele dziecięcej radości w świątecznym klipie firmy Mattel**

****

**W mediach społecznościowych ma swoją premierę świąteczny klip firmy Mattel.
Występuje w nim gwiazda sceny muzycznej**  – **Beata Kozidrak, która obserwuje reakcje dzieci na wyczekiwane prezenty. Okazuje się, że dziecięca radość z wymarzonej zabawki to prawdziwy rekord decybeli, niewiele odbiegający mocą od występu samej Beaty.**

Klip, zrealizowany w ramach kampanii „Decybele Radości”, ma charakter eksperymentu, który Beata Kozidrak przeprowadza w profesjonalnym studio nagrań, zaaranżowanym w klimacie świątecznym. Piosenkarka, pozostając w reżyserce, sprawdza reakcje maluchów na rozpakowywane prezenty. Wchodzące do studia dzieci niczego się nie spodziewają i już w pierwszej chwili widać na ich twarzach ogromne emocje. Czy lalka Barbie, pociąg Tomek i Przyjaciele oraz tor Hot Wheels mogą wzbudzić radość, której dźwięk znajdzie się w najwyższym przedziale skali decybeli? Zdecydowanie tak!

Jak widać w klipie – dzieci są pod ogromnym wrażeniem prezentów, a ich reakcje zaskakują samą Beatę. Wokalistka również poddaje się emocjom obecnym w studio i wykonuje fragment refrenu swojego utworu pt. „Ta sama chwila”, osiągając przy tym najwyższy próg w skali decybeli. Nie ulega wątpliwości, że dźwięki radości – zarówno te dziecięce, jak i muzyczne

– są tak samo emocjonujące.

„Decybele Radości” to polska odsłona globalnej kampanii „Sound Of Excitement” firmy Mattel, która przedstawia radość dzieci, obdarowanych wymarzoną zabawką. Najbardziej popularne produkty – m.in. zestawy Fisher Price, Barbie i Hot Wheels – zachwycają najmłodszych na całym świecie i wywołują podobne, pozytywne emocje. W Polsce firma zrealizowała koncept w nietypowej i kreatywnej wersji – klip wyróżnia się niespodziewaną sekwencją ujęć, jednoznacznymi reakcjami dzieci i emocjami samej Beaty Kozidrak.

Klip „Decybele Radości” dostępny jest na platformach Youtube oraz Facebook. Wideo zobaczą także użytkownicy Allegro, na dedykowanej akcji platformie Decybele Radości.

Za koncepcję kreatywną kampanii i jej realizację odpowiada butik kreatywny Coollective (kreacja, strategia, planowanie i zakup mediów, aktywacje w mediach społecznościowych). Produkcją wideo zajęła się grupa LEMON SNIFF.