

**Simple Sessioni nimeline elamusspordifestival pidas oma suurt 20. juubelit.**

**Kampaania peaesmärgiks oli täismaja publikut SS20 üritusele.**

**Lisaeesmärkideks olid välja müüa kontsert-peod ja uued Simple Sessioni brändinguga kaubaartiklid.**

**Samuti pakkuda oma partneritele esmaklassilist väärtust ning nähtavust (*Qi media value*) nii Eestis kui üle maailma. Juubeliüritus lubas ka publikule meelde tuletada Simple Sessioni väarikat ajalugu, olles üks pikaealisemaid omataolisi üritusi maailmas.**

**Samuti oli kampaania eesmärk viia Simple Session oma teleülekannete ja meedia/sotsiaalmeedia artiklite läbi võimalikult paljude silmapaarideni üle maailma.**

Meie soov oli lisaks uutele fännidele tuua kohale kõik, kes aastate jooksul olnud üritusel käinud. Kommunikatsioonis kasutasime rohkelt arhiivimaterjali ning kaasasime paljusid sportlasi üle maailma, kellest osad (kümned) aastad üritust fännanud – Simple Sessioniga on koos üles kasvanud terve ekstreemspordipõlvkond nii Eestis kui üle maailma.

Tõime kavasse tagasi just Simple Sessionil aastaid tagasi ülimalt populaarseks saanud Sister Sessioni – tüdrukute BMX-võistluse. Tegime koostööd kahe maailma tipp Kendama brändiga ning lõime spetsiaalsed SS20 juubelikendamad ning põnevad võistlused, mida sai jälgida nii Saku Suurhallis kui ka läbi veebiülekande. Korraldasime eel-promoks Balti Jaamas juba sügisel põneva rulavõistluse ning SS20 festivali ajal korraldasime samas asukohas väga kaasahaarava ja publikule tasuta Visit Estonia X SS20 Parima Triki ja GAME of E.E.ST.I võistluse, millest valmis ka otseülekanne.

Esilinastasime Apollo Solaris suures saalis täismajale ja juubeldavale publikule Simple Sessioni teemalise dokk-filmi „Life is Just A Ride“.

Loomulikult viisime uudsel võistlusväljakul läbi ülipõnevad ja kaasahaaravad põhiprogrammi võistlused 160 tippsportlasega üle 30 riigist, mille kandsime koostöös Red Bull Media House'ga esmaklassilise otseülekandega laia maailma. Koostöös kümnete partneritega Lõime Saku Suurhalli põneva *activation* ala.

Korraldasime kolmes asukohas (Kultuurikatel, Club Studio ja Hollywood) üle 4000 inimesega haarava kontsertprogrammi.

**Saavutasime peaesmärgi müües Suurhalli välja (Kokku: 9400 piletit) kahel päeval). Samuti oli täismaja kõikidel klubiõhtutel (kokku üle 4000 külastaja).**

**Müüsime juba esimestel tundidel välja enamiku fännikaubast.**

**Saavutasime eesmärgi pakkudes oma partneritele suurepärasest nähtavust nii läbi sotsiaalmeedia kui ka teleülekannete ning kohapealsete aktivatsioonide.**

**Saavutasime eesmärgi Simple Sessioni maine veelkordse võimendusega. Seda näitas publiku ja osalejate vahetu vastukaja ning positiivsed meedia-artiklid nii Eestis kui välismaal.**

**Saavutasime levi ja kajastusliku eesmärgi. Kolme kuu ajaga ilmus SS20-st üle 200 meediaartikli ja ligi 4500 sotsiaalmeedia postitust, mille kogu potentsiaalne ulatus jõudis 735 miljoni inimeseni (Meltwater).**