

Informacja prasowa

NERGAL I KĘDZIOR PROMUJĄ NOWY KONKURS DISCOVERY CHANNEL

Warszawa, 2 marca 2015 roku -

Klasyczne samochody, gęste brody, zawrotne prędkości

i trudne wyzwania. Prawdziwi faceci potrzebują konkretnej rozrywki, która dostarcza silnych i prawdziwie rock'n'rollowych wrażeń. Specjalnie dla swoich widzów Discovery Channel przygotował nową odsłonę pasma „TURBOpiątki” - od 20 marca, w każdy piątek wieczorna ramówka stacji zostanie opanowana przez serię kultowych programów motoryzacyjnych z Richardem Rawlingsem

i Aaronem Kaufmanem w rolach głównych: „Auto-reaktywację”, „Niechcianych w Gas Monkey” i „Auto-reaktywację: Seans grozy”. Premierowe odcinki tych programów będą promować konkurs „TURBObroda

w TURBOpiątek”. Ambasadorami akcji zostali dumni posiadacze zarostu i faceci z krwi i kości - Adam Nergal Darski, właściciel Barberian Academy & Barber Shop, dziennikarz-łobuz Piotr Kędzior Kędziński oraz Lukas Tarka, mistrz brzytwy i jeden z czołowych polskich barberów. **Konkurs i premierowe „TURBOpiątki” ruszają już 20 marca na Discovery Channel!**



„TURBObroda w TURBOpiątek” - konkurs dla prawdziwych mężczyzn

Wystylizowana, odjechana, a może po prostu długa? Jaka jest Twoja broda? Wszyscy dumni ze swojego zarostu faceci będą mogli wziąć udział w odjazdowym konkursie, w ramach akcji „TURBObroda w TURBOpiątek”. Wystarczy zrobić zdjęcie swojej brody i wykazać się odrobiną kreatywności - szanowne jury ma bowiem duże poczucie humoru i oczekuje eksplozji pomysłowości. Konkursowe zgłoszenia należy zamieścić na stronie internetowej www.turbobroda.pl. Spośród wszystkich nadesłanych zdjęć Adam Nergal Darski, Piotr Kędzior Kędziński i Lukas Tarka wybiorą najbardziej imponujące zarosty. Zgłoszenia do konkursu będą przyjmowane do 17 kwietnia. Zwycięzcy zostaną ogłoszeni na antenie Rock Radio

w poniedziałek 20 kwietnia. Główna nagroda to pełna męskich przygód wyprawa

Route 66 w USA. Drugie miejsce zostanie nagrodzone kultowym motocyklem M16 320 ccm. Do zdobycia również liczne pakiety nagród od BaByliss, Barberiana i Discovery Channel. Na zakończenie akcji zwycięzcy, uczestnicy konkursu oraz wszyscy dumni brodacze będą mogli wziąć udział w epickiej, pierwszej w Polsce brodatej imprezie z cyklu #WhereIsMyMind powered by Kędzior i Pomost 511. Więcej informacji na stronie www.turbobroda.pl.

AMBASADORZY



Adam Nergal Darski - wokalista, gitarzysta, kompozytor, autor tekstów, a nawet aktor. Przede wszystkim lider Behemoth -

z najważniejszych i najpopularniejszych zespołów metalowych na świecie. Behemoth, dzięki wydanej w 2014 roku płycie „The Satanist”, jako pierwszy polski zespół w historii dotarł do 34 miejsca listy Billboard 200. Od niedawna również właściciel jednego z najlepszych zakładów barberskich w Polsce - Barberian Academy & Barber Shop.



Radio

Piotr Kędzior Kędziński - łobuz, wariat i najbardziej niepokorny dziennikarz w Polsce. Związany z mediami wszelkiej maści, m.in. TVP, TVP Kultura, Radio Bis, Radio Roxy. W Rock pracuje w duetach

z Tymańskim i Wojewódzkim. W Pomoście 511 organizuje cykl imprez #whereismymind? Dumny posiadacz zarostu, obok którego nikt nie przejdzie obojętnie. Kędzior oceni brody z kategorii „odjechana”.



Lukas Tarka - już jako 15-latek rozpoczął swoją przygodę z barberstwem. 5 lat później wyjechał do Londynu, gdzie zdobywał doświadczenie w najlepszych barber shopach, m.in. w Jacks of London. Specjalista w goleniu brzytwą, stryżeniu męskim i jeden z najbardziej znanych barberów nad Wisłą. Do Polski wrócił po 10 latach, by propagować i rozwijać ideę barber shopów i męskiego rzemiosła. Obecnie manager i mistrz w Barberian Academy & Barber Shop. Oceni brody w kategorii „długa”.

W ramach TURBOpiątek

ę pasma „TURBOpiątki” składać się będą trzy znakomite serie, – amerykańskie klasyczne samochody oraz grupa zapaleńców, którzy zrobią wszystko, by przywrócić im dawny blask.

AUTO-REAKTYWACJA

(ang. Fast N' Loud 3)

Premierowe odcinki od piątku, 20 marca 2015 r., o godz. 21.00 na Discovery Channel.

Wielki miłośnik starych aut Richard Rawlings i cudowne dziecko mechaniki samochodowej Aaron Kaufman uwielbiają amerykańskie ikony motoryzacji, jak klasyczne modele Chevroletów, Lincolnów czy Cadillaców. W dwójkę przemierzają Teksas i okolice wzdłuż i wszerz, aby położyć rękę na tych wspaniałych samochodach. Kłopot w tym, że stan techniczny pojazdów zazwyczaj jest bardzo odległy od idealnego. Na szczęście w warsztacie Gas Monkey Garage w Dallas, każdy z rdzewiejących gruchotów sprawnie, choć nie bez problemów – odzyskuje dawny blask, aby następnie, za niemałą ilość gotówki, trafić do nowych właścicieli. Richard i Aaron doskonale wiedzą, że czas to pieniądz, dlatego robią, co mogą, aby jak najszybciej odrestaurować rozpadające się rzęchy.

NIEHCIANI W GAS MONKEY

(ang. Misfit Garage)

Premierowe odcinki od piątku, 20 marca 2015 r., o godz. 22.00 na Discovery Channel.

Bohaterowie programu to ex-członkowie ekipy z uwielbianej przez widzów serii „Auto-reaktywacja”. Ich kontrowersyjne podejście do niektórych rozwiązań przy naprawie maszyn doprowadziło do konfliktu z właścicielem warsztatu Gas Monkey, Richardem Rawlingsem. W konsekwencji dwóch z nich wyleciało z hukiem z zakładu, a jeden uniósł się honorem i odszedł dobrowolnie. Panowie postanowili połączyć siły i razem otworzyć swój własny warsztat. Ich upór i niewątpliwy talent do renowacji samochodów sprawił, że Richard Rawlings wyciągnął dłoń i namówił ich na stworzenie oddzielnego programu. Bohaterowie serii – niepokorni mechanicy Scot, Tom i Jordan będą chcieli za wszelką cenę udowodnić, że w tym biznesie są równie dobrzy, co Rawlings

AUTO-REAKTYWACJA: SEANS GROZY

(ang. Fast N' Loud: Demolition Theatre)

Premierowe odcinki od piątku, 20 marca 2015 r., o godz. 23.00 na Discovery Channel.

Richard Rawlings i Aaron Kaufman nie zasypiają gruszek w popiele. Ci dwaj samochodowi maniacy bezustannie przeczesują garaże i szopy w Teksasie w

arych rzeczów, które następnie przerabiają na prawdziwe atrakcje. Czasem jednak należy im się chwila odpoczynku. W swoim nowym programie „Auto-Reaktywacja: Seans grozy” Rawlings i Kaufman podzielą się z widzami najzabawniejszymi, najdziwniejszymi i najbardziej szokującymi klipami wideo z udziałem różnego rodzaju pojazdów. Opatrzone pełnym humorem komentarzem Richarda Rawlingsa i Aarona Kaufmana, to prawdziwa eksplozja świetnej rozrywki.

Partnerami konkursu “TURBObroda w TURBOpiątek” są -

- **Barberian Academy & Barber Shop** - jeden z najlepszych Barber Shopów w Polsce. Jednym z jego właścicieli jest Adam Nergal Darski. Barberian mieści się w Warszawie przy ulicy Emilii Plater 25.
- **Centrum Motocyklowe** - działające od 20 lat przedsiębiorstwo z Jeleniej Góry, założone przez Grzegorza Baranieckiego, motocyklistę, podróżnika oraz pasjonata motoryzacji. Od roku 2009 pod nazwą America West Ride, firma Centrum Motocyklowe organizuje wyprawy motocyklowe po USA na najwyższym poziomie.
- **Almot** - od 30 lat producent aluminiowych artykułów do motocykli, motorowerów i samochodów. W 2010 roku firma reaktywowała kultową markę motocykli Junak, która cieszy się sporą popularnością w Polsce i na świecie.
- **BaByliss** - producent najlepszych i najbardziej innowacyjnych akcesoriów do pielęgnacji włosów. Marka powstała w 1960 roku w Paryżu.

www.discoverychannel.pl

Zdjęcia w wysokiej rozdzielczości są dostępne pod adresem: www.press.discovery.com

Fanpage Discovery Channel: <http://www.facebook.com/DiscoveryChannelPolska>

###

Discovery Networks Central & Eastern Europe, Middle East and Africa (CEEMEA) jest częścią Discovery Communications, największego nadawcy programów dokumentalnych na świecie (NASDAQ: DISCA, DISCB, DISCK). Discovery Networks CEEMEA umożliwia ludziom badanie świata i zaspokajanie ciekawości za pośrednictwem 9 kanałów, z których największe to Discovery Channel, TLC oraz ID, a także poprzez wiodące produkty i usługi konsumenckie i edukacyjne. Discovery Networks CEEMEA nadaje w 16 językach, w 105 krajach na trzech kontynentach, docierając do 179 milionów widzów.

Discovery Channel

znawany jest za globalną markę mediową cieszącą się największym zaufaniem. Popularności i wieloletniemu doświadczeniu pozostaje jedną z najszerzej dystrybuowanych telewizji na świecie oraz liderem kategorii *factual entertainment* (rozrywki opartej na faktach).

Discovery Channel rozpoczęło nadawanie w USA w 1985 roku, jako realizacja wizji Johna Hendricksa – założyciela i prezesa Discovery Communications. Międzynarodowa ekspansja stacji rozpoczęła się w 1989 r. od wejścia na obszar Wielkiej Brytanii. W 1993 roku kanał wprowadzono na rynki Azji i Ameryki Łacińskiej. W Europie Centralnej Discovery Channel wystartował w Polsce w 1996, a rok później w Rumunii, Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Na całym świecie Discovery Channel dociera do ponad 379 milionów abonentów, a w regionie Europy, Afryki i Bliskiego Wschodu do ponad 65 milionów abonentów.

Discovery Channel skierowany jest głównie do młodych mężczyzn, ciekawych świata i pragnących poszerzać swoje horyzonty. Aby komunikować się z nimi jeszcze efektywniej w 2008 roku Discovery przeprowadziło unikalne i największe w historii badanie na grupie 12 000 mężczyzn w wieku 25-39 lat z 15 krajów w Europie. Dzięki nowoczesnym narzędziom i innowacyjnym metodom zastosowanym w badaniu Discovery pogłębiło swoją wiedzę o priorytetach, zainteresowaniach, postawach i trendach życiowych współczesnych mężczyzn, a zebrane w specjalnym raporcie *Species – Praktyczny przewodnik po świecie młodych mężczyzn* informacje wykorzystuje przy konstruowaniu oferty programowej, w komunikacji marketingowej, jak również dzieli się zdobytą wiedzą z partnerami biznesowymi.

Discovery Channel to nowoczesny i dynamiczny kanał telewizyjny, który angażując widza, zachęca do rozwijania pasji, przeżywania przygód. Kanał przekazuje doświadczenie oraz wiedzę o otaczającym świecie, które stanowią punkt wyjścia do dalszego działania. Kanał dzieli się nowymi pomysłami i sposobami, na to jak dodać energii naszej codzienności. Zachęca do życia pełnią życia uświadamiając, że świat jest olbrzymią przestrzenią, pełną wspaniałych możliwości, a życie za krótkie, by spędzać je biernie.

Ofertę stacji tworzą zarówno interesujące historie z życia ludzi, jak i programy dotyczące m.in. inżynierii, motoryzacji, jak i ciekawych form spędzania wolnego czasu. Dużą popularnością cieszą się także serie poświęcone sztuce walki czy sposobom przetrwania w ekstremalnych warunkach.

Discovery Channel emituje swoje programy 24 godziny na dobę a ramówka stacji uwzględnia potrzeby polskich widzów. Do najchętniej oglądanych serii należą m.in. *Jak to jest zrobione*, *Szkoła przetrwania*, *Najniebezpieczniejszy zawód świata*, *Prawda czy fałsz - pogromcy mitów* i wiele innych.

W ostatnim okresie Discovery Channel wyemitował szereg programów wyjaśniających przyczyny, przebieg i konsekwencje aktualnych wydarzeń. Wśród nich znalazły się dokumenty: „Katastrofa w Zatoce Meksykańskiej”, „Chile - operacja Nadzieja”, „WikiLeaks – niebezpieczna prawda”, „Godzina, która wstrząsnęła Japonią”, „Nuklearny koszmar: Japonia w kryzysie”, „Śmierć bin Ladena” oraz „iGenius – jak Steve Jobs zmienił świat”.

Dodatkowych informacji udzielają:

Marta Hopfer
Consumer Marketing & PR Manager
Discovery Networks CEEMEA
Tel: +48 22 365 10 64
Kom: +48 728 813 512
E-mail: marta_hopfer@discovery.com