



INTERNATIONAL
FESTIVAL
LILLE
HAUTS-DE-FRANCE

**SERIES MANIA ANNOUNCES
“HOUSE OF THE DRAGON”
FROM HBO & MAX AS WINNER OF ITS THIRD ANNUAL
“BEST MARKETING INITIATIVE AWARD”**

LILLE, FRANCE – March 26, 2025 – With last year’s winners being “Sex Education - Season 4” (Netflix France) and a Jury Special Mention going to “Dark Hearts - Season 2” (Newen Connect France), Laurence Herszberg, Founder and General Director of Series Mania, today announced ***House of the Dragon – Season 2*** (8 x 60’) from HBO & Max as winner of its third annual “Best Marketing Initiative Award,” a prize awarded by Series Mania to celebrate creativity in series’ marketing. It is not only for the promotion to the viewing audience (BtoC), but also all initiatives undertaken by producers and distributors to raise awareness toward commissioners and buyers (BtoB).

The final jury team, including Stewart Clarke, Senior Vice President, Content, International, Deadline; Manori Ravindran, London Correspondent for The Ankler, and Valentin Richardot, CEO & Editor-in-Chief, J'ai Un Pote Dans La Com, looked for the best marketing promotion, which included communication campaigns, experiences, digital/social initiatives, or a visual or promo/trailer developed for the launch of a new series or a new season, and awarded the prize to Marina Maslač, Brand and Content Marketing Director EMEA, Streaming, Warner Bros. Discovery this afternoon as part of the Series Mania Forum.

Quote from Laurence

This was the global campaign for the Season 2 premiere of HBO Original series ***House of the Dragon***. The official description for the campaign was “How a Global Call-to-Action Ignited the Realm by Dividing the Fandom into #TeamBlack and #TeamGreen.” The Season 2 premiere on June 16, 2024, became the biggest streaming day in Max's history, and the season went on to average 25M viewers per episode.

The mission for campaign was to ignite the fervor of the global fanbase to choose a side. HBO & Max launched a bold, interactive campaign that rallied the realm of fans, brands, and iconic landmarks around the world to pledge their allegiance to either Team Green or Team Black, re-establishing the authority of the *Game of Thrones* franchise in a cluttered streaming landscape.

The campaign was a multifaceted creative endeavor that spanned every platform and medium. From innovative first-to-market partnerships to viral activations, HBO & Max built a kingdom of anticipation and excitement. Their efforts included collaborating with iconic NYC institutions for exclusive, media placements and orchestrating a seamless blend of CGI and real-life events around the world – including a 270-foot dragon coiled around the spire of the Empire State Building.

House of the Dragon was chosen out of the top five finalist for this award. The four other finalists included:

Blur

Activation country: Belgium

By: Sputnik Media & DPG Media

Gaska

Activation country: Poland

By: Amazon Prime Video, BDA Creative GmbH, Smakjam, Bespoke, KoMMitet PR

Parliament

Activation countries: France & Germany

By: Cinétévé, Studio Hamburg Enterprises, France TV Distribution

The Source

Activation country: France

By: DDB Paris

ABOUT SERIES MANIA

Based in Lille since 2018, Series Mania - Lille / Hauts-de-France has become the biggest event dedicated uniquely to television series in Europe. Its festival offers exclusive world premieres of the greatest international series on the big screen, giving its audience - up to 98,000 spectators - 8 days of discoveries, parties, and masterclasses with some of the most renowned personalities in the series world. At the same time, Series Mania welcomes 4,200 professionals from over 70 countries at Series Mania Forum including the anticipated Lille Dialogues summit. Two key events for networking and business extended online on Series Mania+. In 2021, Series Mania launched Series Mania Institute, a training program for students and industry professionals. The association is thus extending its action to support the creation of series in Europe.

<https://seriesmania.com/en/>

PRESS CONTACTS:

MORRIS MARKETING – USA

sheila@morrispr.com

Sheila MORRIS – + 1 818-487-9300

danielle@morrispr.com

Danielle COTTON – + 1 615-554-8671

MIAM - FRANCE

rpseriesmania@gmail.com

Blanche Aurore DUAULT – +33 6 29 97 88 89

Nathalie IUND - + 33 6 10 96 30 08

Michael MORLON - + 33 6 60 45 65 69

FRANCE & INTERNATIONAL

Claire VORGER

+33 6 20 10 40 56

claire.vorger@seriesmania.com

#



**SERIES
MANIA
FORUM**

**INTERNATIONAL
FESTIVAL
LILLE
HAUTS-DE-FRANCE**

**“HOUSE OF THE DRAGON” DE HBO & MAX,
LAURÉAT DE LA 3ÈME ÉDITION DU “BEST MARKETING INITIATIVE AWARD”
DÉCERNÉ PAR SERIES MANIA**

LILLE, FRANCE – 26 mars 2025 – Laurence Herszberg, fondatrice et directrice générale de Séries Mania, a annoncé aujourd'hui le lauréat de la troisième édition du "Best Marketing Initiative Award", qui succède à *Sex Education* - saison 4 (Netflix France) et à *Cœurs noirs* - Saison 2 (Newen Connect France- mention spéciale).

House of the Dragon – saison 2 (8x60') de HBO & Max remporte ce prix récompensant la créativité dans le domaine du marketing des séries, non seulement en matière de **promotion à destination du public (BtoC)**, mais aussi les **initiatives prises par les producteurs et distributeurs pour attirer l'attention des diffuseurs, distributeurs et acheteurs sur leurs projets (BtoB)**.

Le jury, composé de Stewart Clarke, Senior Vice President, Content, International, Deadline; Manori Ravindran, correspondante londonienne de The Ankler et Valentin Richardot, PDG & Rédacteur en chef de J'ai Un Pote Dans La Com, a identifié la meilleure campagne marketing, que ce soit une campagne de communication, une expérience, une initiative numérique ou sociale, un visuel ou une bande-annonce développée pour le lancement d'une nouvelle série ou d'une nouvelle saison. Le prix a été remis à Marina Maslač, Brand and Content Marketing Director EMEA, Streaming, Warner Bros. Discovery ce matin dans le cadre de Séries Mania Forum.

Il s'agissait de la campagne mondiale organisée pour la première de la saison 2 de la série originale de HBO, *House of the Dragon*. La description officielle de la campagne était la suivante : « Comment un appel à l'insurrection mondial a enflammé le royaume en divisant les fans en deux équipes : #TeamBlack et #TeamGreen. » La première de la saison 2, le 16 juin 2024, a marqué la plus grande audience en streaming de l'histoire

de Max, et la saison a ensuite attiré en moyenne 25 millions de téléspectateurs par épisode.

La campagne, audacieuse et interactive, avait pour objectif d'inciter les fans, les marques et des monuments du monde entier à choisir leur camp en prêtant allégeance à l'équipe verte ou à l'équipe noire, replaçant ainsi la franchise *Game of Thrones* au centre d'un paysage de streaming saturé. HBO & Max ont déployé une campagne créative multiforme sur toutes les plateformes et tous les médias, suscitant anticipation et enthousiasme : partenariats innovants, activations virales, collaboration avec des institutions emblématiques de New York pour des placements médiatiques exclusifs, mélange homogène d'événements virtuels et réels dans le monde entier, notamment un dragon de 82 mètres enroulé autour de la flèche de l'Empire State Building...

Les 4 autres finalistes étaient :

Blur

Pays d'activation de la campagne : Belgique

Par : Sputnik Media & DPG Media

Gaska

Pays d'activation de la campagne : Pologne

Par : Amazon Prime Video, BDA Creative GmbH, Smakjam, Bespoke, KoMMitet PR

Parlement

Pays d'activation de la campagne : France & Allemagne

Par : Cinétévé, Studio Hamburg Enterprises, France TV Distribution

The Source

Pays d'activation de la campagne: France

Par : DDB Paris

À PROPOS DE SÉRIES MANIA

Basé à Lille depuis 2018, Séries Mania - Lille / Hauts-de-France est devenu le plus grand évènement dédié uniquement aux séries télévisées en Europe. Son festival propose en exclusivité les premières mondiales des plus grandes séries internationales sur grand écran, offrant à son public - jusqu'à 98 000 spectateurs - 8 jours de découvertes, de soirées et de masterclass avec certaines des personnalités les plus renommées du monde des séries. Parallèlement, Séries Mania accueille 4200 professionnels de plus de 72 pays au Séries Mania Forum, dont le sommet très attendu des Dialogues de Lille. Deux évènements clés pour le networking et l'industrie prolongés en ligne sur Séries Mania+. En 2021, Séries Mania a lancé le Séries Mania Institute, un programme de formation destiné

aux étudiants et aux professionnels du secteur. L'association étend ainsi son action de soutien à la création des séries en Europe.

<https://seriesmania.com/>

CONTACTS PRESSE

MORRIS MARKETING – USA

sheila@morrispr.com

Sheila MORRIS – 818-487-9300

danielle@morrispr.com

Danielle COTTON – 615-554-8671

MIAM - FRANCE & INTERNATIONAL

claire.vorger@seriesmania.com

Claire VORGER - 06 20 10 40 56

Blanche Aurore DUAULT - 06 29 97 88 89

Nathalie iUND - 06 10 96 30 08

Michael MORLON - 06 60 45 65 69

rpseriesmania@gmail.com