



Sieć MediaMarkt wystartowała z nową kampanią wizerunkową. Główne role odegrają w niej bohaterowie kultowego komiksu „Tytus, Romek i A'Tomek”, którzy dzięki MediaMarkt przeżyją kolejne emocjonujące przygody.

MediaMarkt znów zaskakuje niestandardowym podejściem i nową konwencją promowania marki, po raz pierwszy sięgając po postaci komiksowe. Tytus pojawił się już w krótkich spotach telewizyjnych, zapowiadających start kampanii. W kolejnych filmach dołączają do niego jego komiksowi towarzysze. Oprócz spotów TV, na kampanię składają się spoty radiowe oraz działania w Internecie i social mediach. Trójka przyjaciół przejęła już narrację na fanpage'u marki na Facebooku.

Tytus, Romek i A'Tomek to kultowe postaci komiksów Henryka Jerzego Chmielewskiego, inspirowanych innowacyjnym podejściem do różnych dziedzin nauki. Ich wydawane od początku lat 50. historie nie mogłyby się wydarzyć bez pomocy profesora T. Alenta, wynalazcy futurystycznych pojazdów i gadżetów. Dziś te opowieści wciąż cieszą się dużą popularnością, łącząc pokolenia. MediaMarkt, jako przewodnik po cyfrowym świecie, będzie towarzyszył im w nowych przygodach i odkrywaniu radości z nowoczesnych technologii, które dla współczesnych nastolatków są codziennością.

W kampanii MediaMarkt legendarne komiksowe postaci po raz pierwszy zostały ożywione w jakości 3D, wkraczając w nowy wymiar rozrywki. - Na przygodach Tytusa, Romka i A'Tomka wychowały się całe pokolenia. Bohaterowie stali się symbolem dobrej zabawy i szukania innowacyjnych rozwiązań. Ich niezwykle przygody, bawią zarówno starszych odbiorców, jak i dzieci. Pozwalają przenieść się w świat pełen przygód, gdzie nie ma miejsca na nudę. Dlatego są świetnymi „ambasadorami” sklepów MediaMarkt, które inspirują do odkrywania cyfrowego świata – mówi Ewelina Piątek, Manager ds. Marketingu sieci MediaMarkt.

W nowej kampanii Tytus, Romek i A'Tomek pokażą, jak fascynujące i ciekawe są nowe technologie, w jaki sposób mogą pomagać nam w codziennym życiu, ale też dostarczać przyjemności i unikalnych wrażeń.

W ofercie sklepów sieci znajdą się też albumy komiksowe z przygodami bohaterów stworzonych przez Papcia Chmiela, w tym wydawnictwa specjalne.

Kampanię z udziałem Tytusa, Romka i A'Tomka przygotowała agencja Heart&Brain, odpowiadająca też za całościową komunikację sieci MediaMarkt w social mediach. Spoty stworzył dom produkcyjny IDEAL, a post produkcją zajęło się studio Platige. Planowanie i zakup mediów realizowane są we własnym zakresie we współpracy z Universal McCann (TV), a za komunikację PR odpowiada agencja ROOTS.

MediaMarkt

[press box](#)