



Kampania promocyjna serii „MARS” National Geographic

National Geographic rozpoczął kampanię promocyjną serialu dokumentalno-fabularnego „MARS”. Jest to jedna z największych kampanii w historii kanału i obejmuje wszystkie media.

Sześcioodcinkowa seria „Mars” łączy elementy serialu fabularnego z sekwencjami dokumentalnymi, ilustrując dzieje ludzkiego dążenia do kolonizacji Marsa. Historia produkcji, której akcja osadzona jest zarówno w przyszłości, jak i teraźniejszości, opowiadana jest z perspektywy fikcyjnej misji załogowej na Czerwoną Planetę, która odbywa się w 2033 r. Fabularne elementy scenariusza i efekty specjalne malują realistyczny obraz świata przyszłości. Historie współczesnych starań, by dotrzeć do Czerwonej Planety opowiadane są za pomocą wstawek dokumentalnych oraz wywiadów z naukowcami i innowatorami, którzy kierują badaniami nad rozwojem technologii kosmicznej. Za produkcję serialu odpowiadają laureaci nagród Akademii i Złotych Globów, Ron Howard oraz Brian Grazer - twórcy takich filmów jak „Apollo 13” czy „Piękny umysł”. Premiera serii „MARS” już 13 listopada o 21:30 na kanale National Geographic!

Premierę serii wspierają intensywne działania marketingowe, obejmujące m.in. kampanię na antenie Polsatu oraz na kanałach z portfolio Fox Networks Group Poland (National Geographic, Nat Geo Wild i Nat Geo People, FOX oraz FOX Comedy). Promocja obejmuje również kampanię outdoorową na terenie Warszawy, działania SEM, kampanię display na największych portalach, w serwisach VOD, na witrynach o tematyce filmowo-telewizyjnej i w serwisach społecznościowych (Facebook, Youtube) oraz w reklamę w wybranych tygodnikach telewizyjnych. W ramach promocji serii „MARS” National Geographic sponsoruje audycję „Wenus kontra Mars” na antenie Radia Zet.

Ponadto, National Geographic zorganizował dla swoich widzów konkurs o tematyce marsjańskiej, który potrwa do 13 listopada. Na stronie konkurs.natgeotv.com uczestnicy codziennie znajdą nowe zadania przygotowane przez Adama Adamczyka - autora Kwantowo.pl, czyli popularnonaukowego bloga, poświęconego poznawaniu wszechświata. Codziennie do wygrania są cenne nagrody.

Dodatkowo National Geographic we współpracy z Cyfrowym Polsatem zorganizował w 8 wybranych miastach Polski eventy, mające na celu przybliżenie widzom tematyki marsjańskiej. Jedną z atrakcji jest możliwość odbycia spaceru po Czerwonej Planecie dzięki technologii Samsung Gear VR (Virtual Reality).

Za kreację odpowiedzialny jest dział marketingu FOX Networks Group Poland. Za zakup i planowanie mediów odpowiada dom mediowy Vizeum. Działania PR wspiera agencja Charyzma.

Premiera serii „MARS” zbiega się w Polsce z rebrandingiem kanału, który zmienia nazwę na **National Geographic**, a nowym hasłem jest **”Sięgamy dalej”** (ang. **Further**). Symbolizuje ono etos oraz ducha marki National Geographic, jakie znamy od przeszło 128 lat.