**Radość nie do ukrycia! Dealz startuje z pierwszą ogólnopolską, wielokanałową kampanią reklamową**

***Poznań, 28 sierpnia 2023 r.* – Sieć Dealz, należąca do Pepco Group, rozpoczęła swoją pierwszą ogólnopolską kampanię wizerunkową pod hasłem „Radość nie do ukrycia”, która otwiera zupełnie nowy etap budowania tożsamości marki. Działania promocyjne będą prowadzone przez 9 tygodni w telewizji, VOD, radiu, Internecie i social mediach, a każda z prezentowanych kreacji będzie nawiązywała do najważniejszych korzyści z wizyty w sklepach Dealz.**

**Każdy zakup może być powodem do radości**

Celem kampanii jest zwiększenie rozpoznawalności marki Dealz wśród nowych grup klientów i utrzymanie świadomości wśród obecnych konsumentów. Materiały skupiają się na najważniejszych wartościach i korzyściach, które sieć oferuje klientom w postaci m.in. różnorodnej oferty produktów międzynarodowych marek w atrakcyjnych cenach. To pierwsza kampania firmy na taką skalę, podąża ona w ślad za dynamicznym rozwojem Dealz w Polsce. Do końca 2023 roku sieć chce posiadać ponad 300 sklepów na naszym rynku.

„Ta kampania to duży krok w rozwoju naszych sklepów i rozpoznawalności naszej firmy, po raz pierwszy marka będzie widoczna w przestrzeni reklamowej w telewizji. Wychodzimy do klientów z przesłaniem „Radość nie do ukrycia”, które jest zaproszeniem do odkrywania korzyści z odwiedzin w naszych sklepach. Na DNA Dealz składają się 3 elementy: międzynarodowe marki, niedostępne lub trudnodostępne w innych sieciach handlowych, super atrakcyjne ceny i unikatowość, którą pokochali nasi klienci. Każda wizyta w naszym sklepie to może być powód do radości i uśmiechu z łowienia okazji, kupowania ulubionych produktów i wyszukiwania perełek. Naszą filozofią komunikacji jest po prostu „make a dealz” – u nas zrobisz najlepsze „deale” na produkty międzynarodowych marek w super cenach,” – wyjaśniła **Daria Małecka, dyrektor marketingu Dealz**.

Projekt kampanii został zrealizowany we współpracy z agencją Peppermint. Za produkcję wideo odpowiada natomiast agencja Graffiti Films i duet reżyserski Jakubowska/Gronowski. Zakup mediów zrealizował dom mediowy Fullsix Media (Havas Media Network).

Nowe odsłony kampanii reklamowej można śledzić na kanale YouTube marki <https://www.youtube.com/@dealzpoland4867>.

**Dealz na dynamicznej ścieżce rozwoju w Polsce**

Nowa kampania wizerunkowa to kolejny etap rozwoju marki na polskim rynku. W I kwartale 2023 roku sieć uruchomiła swoje pierwsze Centrum Dystrybucyjne, zlokalizowane w Parku Logistycznym w Łyszkowicach (pow. łowicki), które obsługuje dostawy do wszystkich sklepów sieci w Polsce. W tym samym czasie rozpoczął się również proces remodelingu i rebrandingu sklepów, który symbolizuje transformację identyfikacji wizualnej Dealz jako marki nowoczesnej, otwartej, międzynarodowej, podążającej za najnowszymi trendami.

\*\*\*

**Dealz**

Pierwszy sklep Dealz w Polsce został otwarty w lutym 2018 roku w Swarzędzu, a obecnie w Polsce działa ponad 200 placówek oferujących szeroki asortyment ponad 3500 produktów znanych marek. Obecnie sieć zatrudnia blisko 2000 pracowników w sklepach i centrali w Polsce.

**Grupa Pepco**

Grupa Pepco powstała w 2015 roku i składa się z silnych sieci detalicznych, tzn. Pepco, Dealz i Poundland. Grupa Pepco ma obecnie ok. 4100 sklepów w 20 krajach, zatrudniając ok. 43 000 osób.

**Kontakt dla mediów:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Aleksandra Bauza**  Corporate Communication  & PR Coordinator  e-mail: [aleksandra.bauza@pl.dealz.eu](mailto:aleksandra.bauza@pl.dealz.eu)  tel..: +48 453 072 224 | **Marlena Garucka-Kubajek**  Biuro prasowe Dealz  Alert Media Communications  e-mail: [dealz@alertmedia.pl](mailto:dealz@alertmedia.pl)  tel.: +48 506 051 987 |