W telewizji ruszyła kampania sponsoringowa promująca nowe lodówki marki Amica. Jej podstawowym celem jest przekazanie informacji o tym, że w ofercie pojawił się nowy produkt. W krótkim billboardzie sponsorskim pojawia się informacja o wyjątkowej efektywności energetycznej urządzenia, która pozwala zaoszczędzić aż do 40% energii elektrycznej w stosunku do klasy A.

Krótka opowieść zaczyna się we wnętrzu lodówki, gdzie widać doskonale schłodzone produkty, które przyciągają wzrok swoją świeżością. Kamera stopniowo się oddala, drzwi lodówki zamykają i widać wyświetlacz LED z możliwością regulacji temperatury wewnątrz chłodziarki i wewnątrz zamrażarki. Kolejne ujęcie prezentuje lodówkę w całej okazałości, a delikatne odbicia światła podkreślają szklaną taflę znajdującą się na drzwiach chłodziarki i zamrażarki.

Wprowadzenie nowych lodówek na rynek AGD jest kolejnym etapem budowania skojarzeń z marką Amica, które zmieniają jej postrzeganie w oczach konsumenta i partnera handlowego. Billboard sponsorski został zrealizowany w czarnej tonacji kolorystycznej, którą konsumenci doskonale znają ze spotu promującego piekarniki z linii Integra Smart, w którym zagrała Agnieszka Radwańska.

Kampania sponsoringowa potrwa tam przez cały sezon letni. Billboardy Amiki będą się pojawiały w lipcu przy prognozie pogody ok. godz. 20.00 w TVP1, a w sierpniu ok. 19.20 w TVN. Działania w telewizji są uzupełnione intensywną kampanią w Internecie.

Amica
WIĘCEJ INFORMACJI Z FIRMY **AMICA WRONKI S.A**. (PRESS BOX)