

W telewizji wystartowała launchowa kampania reklamowa kawy Kopiko (Storck Polska) przygotowana przez agencję Red8. Kampania będzie miała miejsce w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych. Red8 jest odpowiedzialna za strategię i kreację działań reklamowych. Wprowadzenie na rynek kawy Kopiko rozszerza portfolio marki, która dotychczas obejmowała tylko cukierki kawowe.

Grupą docelową kampanii są osoby w wieku 18-39 lat, w tym studenci i osoby tuż po studiach, mieszkańcy większych miast, głównie single, na początku drogi zawodowej.

Idea kreatywna kampanii wprowadzającej na rynek kawę Kopiko jest oparta na rozszerzeniu na kategorię kaw głównego benefitu marki cukierków Kopiko jakim jest pobudzenie. To założenie kreatywne wsparte zostało unikalną, ale konkretną cechą produktu jakim jest jego pochodzenie – **Kopiko** to kawa z Jawy – wyspy wulkanicznej.

Klient: **Storck Polska**

Agencja: Red8

Cel kampanii: launch produktu

Przedstawiciele klienta: Matylda Sobolewska, Iwona Elkholy

Przedstawiciele agencji: Adam Niesłuchowski

Dyrektor artystyczny: Jurek Przeździecki

Copywriter: Mirek Kulisz

Dom mediowy: Optimum Media OMD

Dom produkcyjny: Propeller Film

Reżyser: Damian Pietrasik

Media: TV

Czas trwania: od 20 kwietnia 2010 bez podania terminu zakończenia

Agencja Red8