

10 czerwca br. pod hasłem „Familijne. Wyjątkowo rodzinne” rozpocznie się kampania reklamowa marki Familijne. Marka należąca do Jutrzenki Colian jest rynkowym liderem w kategorii wafli rodzinnych.

Kampania będzie realizowana zarówno w największych, ogólnopolskich stacjach telewizyjnych - TVP1, TVP2, Polsat, TVN, jak i w kanałach tematycznych.



Celem kampanii jest poinformowanie konsumentów o nowych produktach pod marką Familijne. Wiosną br. wprowadzono na rynek nowe ciastka: Maślane, Kruche z cukrem i Murzynki. Od czerwca w sprzedaży są dostępne kolejne dwa produkty, tym razem adresowane do dzieci - herbatniki Zwierzaczki oraz Zwierzaczki w czekoladzie mlecznej. Kampania, która obejmuje wafle i ciastka, ma również na celu wzmocnienie wizerunku marki Familijne.

„W spocie reklamowym, wykreowanym z humorem, komunikujemy najważniejsze wartości, fundamenty marki, które zdecydowanie wyróżniają ją na tle konkurencji. Te wartości to- rodzinność, ciepło, bliskość oraz wielopokoleniowość.” - informuje Anna Gorzan, Kierownik Marketingu w Jutrzence Colian.

Kampania jest adresowana do kobiet w przedziale wiekowym 25-49 lat, ze średnim wykształceniem, mieszkanek wsi i miast do 200.000 mieszkańców. Producentem spotu telewizyjnego, który można oglądać od 10 czerwca, jest Produkcja sp. z o.o.

Termin kampanii: czerwiec-lipiec 2010.

Hasło kampanii: „Familijne. Wyjątkowo rodzinne”.

Kreacja: Agencja Reklamowa JUST.

Dom mediowy: Universal McCann.

Dom produkcyjny: Produkcja sp. z o.o.

Manager projektu: Anna Gorzan, Kierownik Marketingu Jutrzenka Colian.

Kolterman Media Communications