

„Piccolo spełnia marzenia!” – pod takim hasłem startuje właśnie świąteczno-sylwestrowa kampania telewizyjna, wspierająca działania promocyjne marki Piccolo.

Głównym przesłaniem kampanii jest podkreślenie, że moc spełniania dziecięcych marzeń tkwi w rodzicach, a Piccolo daje siłę, aby te marzenia spełniać.

Bohaterem spotu jest wesoły, łobuzerski chłopiec – Piccolo Boy, będący od lat ikoną marki. Wyrusza on w podróż, napotykając po drodze dziecięce marzenia, które porywa w swoje musujące bąbelki. Kończy ją szampański wystrzał, a jedno z marzeń w magiczny sposób przemienia się w pamiątkowe rodzinne zdjęcie z pobytu w Disneylandzie, symbolizujące jego spełnienie.

Spot został zrealizowany nowoczesną techniką łączącą klasyczną animację rysunkowego Piccolo Boya z animacją 3D. Kreacja jest spójna z odświeżonym Key Visuałem marki, wypracowanym w wyniku jej repozycjonowania, w pierwszej połowie tego roku. Zmiana wizerunku polegała na podkreśleniu rodzinnego charakteru marki, która inspirowała rodziców do poszukiwania nawet najmniejszych okazji do wspólnego świętowania i zabawy razem z dziećmi.

Kampania ma charakter wizerunkowo-sprzedażowy. Jest adresowana do matek, posiadających dzieci w wieku 4-14 lat. Została zaplanowana w najlepiej dopasowanych do grupy docelowej kanałach telewizyjnych Grupy TVN: dużym TVN, TVN Style i TVN Siedem.

Kampanii towarzyszy Wielka Promocja Spełniania Marzeń, w ramach której już od 29 listopada br., co tydzień w wyniku losowania wygrywa jedno dziecięce marzenie. W Wielkim Finale zaplanowanym na 24 stycznia 2011 r. zostanie wylosowana nagroda główna – rodzinny wyjazd do Disneylandu pod Paryżem, o wartości 20.000 złotych.

Kreację kampanii przygotowało studio grafiki i animacji Rosenbot, zaś za komunikację public relations odpowiada Agencja Kuźnia PR.

Kuźnia PR