

Pod koniec stycznia rozpoczyna się kampania wizerunkowa rogalu 7 Days - flagowego produktu firmy Chipita. Bohaterami kampani są dobrze znane postacie Nadzienie Kakaowe i Mąka z Margaryną. Nowy spot reklamowy to kontynuacja poprzednich filmów w których Mąka (komisarz Mąkaczini) i Nadzienie (Nadziani) walczyli z Głodomorą.

- Mąka i Nadzienie to ambasadorowie Naszej marki w Polsce. Postanowiliśmy kontynuować w tym roku zabawę z tym wdzięcznym formatem. Bohaterowie są rozpoznawalni przez dużą część Naszych klientów. Głodomorra przyjęła się wśród widzów, temat walki z Głodomorą (Głodem) również. Chcemy by widzowie czekali na kolejne odcinki w każdym kolejnym bloku reklamowym dlatego w najbliższym czasie pokażemy kolejne odsłony serii – mówi Alina Baniecka, dyrektor Marketingu Chipita Poland.

Główną grupą docelową kampanii jest młodzież w wieku 13 – 18 lat. Kampania obejmuje telewizję i intensywne działania w internecie. 70% grupy docelowej zobaczy reklamę 1 raz, a 50% 3 razy. Od 24 stycznia do 3 marca m.in. w stacjach: MTV, VIVA Polska, Extreme Sports, Comedy Central, Foxlife, VH1, Hyper; Discovery, Animal Planet, TLC, Discovery Civilization, Discovery Science, TV4, Polsat2, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Play, Polsat Cafe, Polsat Film, Superstacja, Polsat News.

Od 4 marca do 7 kwietnia kampania będzie miała miejsce również w kinie. Działania reklamowe wspierane będą również aktywnością w dużych portalach internetowych (Facebook, Blip). Kampania otrzyma również duże wsparcie w internecie. Od 31 stycznia do 27 lutego między innymi na Gadu Gadu (skórki do pobrania, banery), Wrzuta.pl, IPLA czy MTV. Estymacja w grupie docelowej wyniesie ponad 48 mln. Strategię i kreację wykorzystaną w kampanii opracowała Agencja G7. Filmy reklamowe wykorzystywane w kampanii zanimowało studio Platige Image. Za strategię i działania w internecie odpowiada firma RedMobile. Za zakup mediów odpowiedzialne jest Media Direction OMD.

Chipita Poland