

The Amica logo is displayed in a large, bold, red font, centered within a thin red rectangular border.

24 października startuje kolejna odsłona kampanii promocyjnej Amiki. W rolach głównych pojawią się piekarniki z linii Integra i Agnieszka Radwańska. Od pewnego czasu realizowane przez Amikę kampanie promocyjne nie tylko są zauważane przez media branżowe, ale także przynoszą wymierne efekty. Tak było z kampanią promującą nowe lodówki.

Nowa kampania reklamowa Amiki, która rusza w październiku, zdecydowanie różni się od tego, co widoczne było do tej pory. Tylko największe stacje telewizyjne – TVP1, TVP2, Polsat, TVN; tylko najlepsza pora – tzw. prime time, czyli programy o najwyższej oglądalności; tylko Agnieszka Radwańska, która od ubiegłego roku jest twarzą Amiki i ambasadorem marki, pojawiająca się w spocie reklamowym i tylko Integra – linia najnowocześniejszych piekarników, które rewolucjonizują nie tylko polskie kuchnie.

Dlatego tak mocne uderzenie na początek jesieni będzie zauważalne dla wszystkich mających nawet sporadyczny kontakt z telewizją. Dzięki wykorzystaniu tego medium Amica dotrze ze swoim komunikatem do milionów osób. Tak wielkie audytorium będzie miało okazję obejrzeć 15-sekundowy spot, w którym pojawi się ceniona linia piekarników Integra z najnowszym modelem EBI 8562B, ostatnio wprowadzonym na rynek.

Dla fanów Amiki i użytkowników Integry będzie to potwierdzenie dobrego wyboru. Dla pozostałych osób będzie to okazja do rewizji swoich planów zakupowych i zastanowienia się na wyborem Amiki.

Sukces poprzednich reklam z Agnieszką Radwańską każe z uzasadnionym optymizmem patrzeć również na ten najnowszy pokaz inteligentnego stylu. Sprzęt Amica, zwłaszcza piekarniki Integra, to odpowiedź na wciąż rosnące potrzeby współczesnego człowieka i standardy kuchni XXI wieku.

Amica

[WIĘCEJ INFORMACJI Z FIRMY AMICA WRONKI S.A. \(PRESS BOX\)](#)