Informacja prasowa Warszawa,02 kwiecień 2015

**Pyszne wiosenne przepisy w najnowszej kampanii serków Apetina**

**Właśnie startuje kolejna edycja kampanii pod hasłem** **„Dobrze się komponuje” promującą kremowe serki Apetina, produkowane przez Arla Foods. W swojej kampanii producent zachęca do nieszablonowego podejścia do gotowania oraz inspiruje do odkrywania nowych smaków. Działania reklamowe prowadzone będą w telewizji, prasie oraz internecie.**

Arla Foods zachęca do chwili wiosennego relaksu i przyjemności, w których przygotowaniu pomogą kreatywne przepisy wykorzystujące kremowe serki Apetina. Jednym z elementów kampanii do której odwołują się spoty telewizyjne, jest strona [www.przepisnaweekend.pl](http://www.przepisnaweekend.pl) Strona jest skarbnicą oryginalnych pomysłów i wyszukanych propozycji dań, dzięki którym fani kuchennych eksperymentów mogą poszerzać swoje kulinarne horyzonty. Na stronie w dziale „przepisy” pojawią się gotowe propozycje wykorzystania w nietypowy sposób produktów Arla Foods, w tym kremowych serków Apetina.

– Apetina jako pierwsza pokazała konsumentom, że serki kremowe idealnie pasują nie tylko na kanapki, ale także do gotowania. W tym roku chcemy rozszerzyć komunikację o serki śródziemnomorskie i pokazać, że produkty Apetina są źródłem inspiracji kulinarnych. Rozpoczynająca się kampania serków kremowych Apetina Tapas i India oraz nowości - serka śródziemnomorskiego Apetina Czerwona Papryka i Chilli ma charakter wizerunkowy, jednak już w II połowie kwietnia ruszamy z aktywacjami wspierającymi sprzedaż – mówi Roman Jawczak, Arla Foods.

Podczas kampanii, na wybranych ogólnopolskich serwisach kulinarnych (m.in. Onet, WP, polki.pl i gotujmy.pl) ukażą się inspirujące przepisy oraz porady jak, w niestandardowy sposób, wykorzystać kremowe serki Apetina podczas gotowania. Przepisy będą związane z wiosennym nastrojem i przybliżą czytelnikom możliwości komponowania serków Apetina z innymi składnikami i produktami, nie koniecznie w postaci kanapek. Treści tworzone na potrzeby kampanii będą promowane m.in. w Google Display Network.

W kampanii telewizyjnej wykorzystano sponsoring popularnych programów stacji TVN m.in. Kuchenne Rewolucje, Dzień Dobry TVN czy Na Wspólnej oraz wybranych pozycji o tematyce poradnikowo-kulinarnej na kanałach Premium TV (przede wszystkim TVN Style oraz Kuchnia +). Ponadto, w ramach kampanii Apetina po raz pierwszy w historii stacji TVN Style użyto niestandardowego formatu reklamowego – tzw. bumpera, będącego połączeniem materiału klienta wraz z planszą reklamową.

Za zaplanowanie i zakup mediów w kampanii odpowiada dom mediowy Carat Polska. Za przygotowanie strategii oraz kreacji odpowiada agencja xConcept. Kampania potrwa do końca kwietnia.

**- koniec -**

***O Carat:***

Dom mediowy Carat rozpoczął działalność w Polsce w 1993 roku. Carat jest największym na świecie niezależnym specjalistą od komunikacji marketingowej i liderem w tworzeniu zintegrowanych rozwiązań komunikacyjnych w oparciu o media cyfrowe. Carat oferuje usługi w obszarze badań marketingowych, strategii komunikacji, planowania i zakupu mediów, przygotowywania rozwiązań technologicznych oraz kreatywnych w mediach cyfrowych, badania efektywności komunikacji, jak również analityki marketingowej. Klientami Carat Polska są takie firmy jak Mondelez, Zott, Philips, adidas, Reebok, Indesit, Mondelez, General Motors, Arla Foods, Mead Johnson Nutrition, Mattel, Perno Ricard czy Lego. Więcej informacji dostępnych jest na stronie: www.caratpoland.com.

**O Dentsu Aegis Network:**

Grupa Dentsu Aegis Network jest pierwszą prawdziwie globalną siecią komunikacji marketingowej odpowiadającą swoją ofertą na potrzeby ery cyfrowej. W jej skład wchodzi sześć globalnych marek: Carat, iProspect, Isobar, Posterscope, Vizeum oraz Dentsu, a także działające na wielu rynkach rozwijające się marki: Amplifi, Amnet Data2Decisions, Mcgarrybowen, Mitchell Communications Group, psLive i 360i. Dentsu Aegis Network dąży do tego, aby być siecią wybieraną na całym świecie przez klientów poszukujących najwyższej klasy ekspertyzy, wiedzy i największych możliwości w zakresie usług związanych z marką, mediami i komunikacją cyfrową. Dentsu Aegis Network z siedzibą w Londynie działą w 110 krajach na całym świecie zatrudniając ponad 22 000 specjalistów. Więcej informacji na: [www.dentsuaegisnetwork.com](http://www.dentsuaegisnetwork.com)

**Kontakt dla mediów:**

Krzysztof Wąsowski

PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831