

## KABANOSY DLA WSZYSTKICH PRZEKĄSKI DLA KAŻDEGO

**Tarczyński zaskakuje oryginalnym spotem reklamowym w najnowszej kampanii marki!**

Tarczyński po raz kolejny rusza z potężną, ogólnopolską kampanią reklamową. Najnowszy spot lidera kategorii kabanosów – zrealizowany w spektakularnym, filmowym stylu – będzie emitowany we wszystkich głównych stacjach telewizyjnych m.in. podczas najważniejszych meczów rozpoczynających się piłkarskich mistrzostw. Kampania obejmie także kanały digital i sieci kinowe.



### Oryginalna komunikacja w branży spożywczej

Barwne i humorystyczne spoty stały się już specjalnością marki. Najnowsza produkcja nawiązuje do motywu międzynarodowego, który znamy z wcześniejszych reklam Tarczyńskiego. W poprzednich spotach przekąskami polskiego producenta z uznaniem delektowali się już Brytyjczycy, Niemcy i Japończycy. Tym razem bohaterami spotu zostali... francuscy muszkietierowie!

- *To jedna z naszych największych i najbardziej spektakularnych kampanii. Szacujemy, że najnowszy spot przynajmniej raz zobaczy aż 80% dorosłych Polaków, a co drugi z nich obejrzy go kilkakrotnie częściej w Internecie. Ta krótka i humorystyczna produkcja realizuje nasze najważniejsze cele – umocnienie pozycji lidera w kategorii kabanosów oraz utrwalanie wizerunku marki oferującej przekąski dla każdego, po które można sięgnąć o każdej porze dnia. Jestem przekonany, że spot zostanie bardzo ciepło odebrany przez konsumentów –* mówi Tomasz Tarczyński, Członek Zarządu, Dyrektor Marketingu i Eksportu Tarczyński S.A.

### **Mocny akcent na różnorodność oferty i okazje spożycia**

Jak podają przedstawiciele firmy, tym razem jednym z założeń najnowszej kampanii jest komunikacja różnorodności wyboru pod hasłem „Kabanosy dla wszystkich, przekąski dla każdego”. W spocie – oprócz mięsnych kabanosów – pojawi się także ich innowacyjna wersja „Bez kęsa mięsa” z nowej linii Rośl-Inne. Decyzja ta podyktowana jest badaniami i obserwacjami rynku – z raportów producenta wynika bowiem, że już 41% Polaków deklaruje chęć ograniczenia ilości spożywanego mięsa.

- *Będąc zdecydowanym liderem w kategorii kabanosów z 65% udziałem w rynku, konsekwentnie inwestujemy w jej rozwój – nie tylko poszerzając ofertę o innowacyjne produkty w wygodnych opakowaniach, ale także kreując nowe okazje do konsumpcji. Z dumą mogę też powiedzieć, że od dłuższego czasu notujemy aż dwucyfrową dynamikę wzrostu. Te wyniki pokazują, że Polacy doceniają nasze starania i coraz częściej sięgają po różnorodne produkty marki Tarczyński, wybierając je jako alternatywę klasycznych słonych przekąsek –* podsumowuje Tomasz Tarczyński.

### **Dalsze wzmocnienie wizerunku i rozpoznawalności marki**

W najnowszej kampanii firma po raz kolejny stawia na budowanie rozpoznawalności i szeroki zasięg, o czym świadczy dobór mediów i nośników przekazu. Najważniejszym narzędziem komunikacji niezmiennie pozostaje telewizja – spot będzie emitowany m.in. podczas najważniejszych transmisji z piłkarskiego turnieju – meczu otwarcia, meczu finałowego i wszystkich meczów grupowych Polaków. Zajadających się kabanosami muszkieterów zobaczymy także w kanałach digital oraz w salach kinowych, które od czasu ponownego otwarcia cieszą się coraz większą widownią.

Letnia kampania rozpoczyna się 11 czerwca. Działaniom reklamowym tradycyjnie towarzyszyć będzie zwiększona ekspozycja produktów Tarczyński w sklepach stacjonarnych i punktach sprzedaży.

Reklama została wyprodukowana przez Papaya Films na podstawie kreacji przygotowanej przez agencję Red8. Reżyserem reklamy jest Piotr Janowski a operatorem Michał Englert.

**Spot można zobaczyć na kanale marki na YouTube: <https://youtu.be/Sk-4gwMCWpo>**