

Alles dobre, Alles naturalne! czyli największa w historii kampania reklamowa parówek z linii Tarczyński Naturalnie

Ruszyła największa w tym roku kampania reklamowa marki Tarczyński, której celem jest promocja linii Tarczyński Naturalnie z jej flagowym produktem parówkami 100% z szynki. 30-sekundowy spot oraz jego skróty nawiązujące do międzynarodowego charakteru marki będzie można zobaczyć w największych kanałach telewizyjnych w Polsce. Tym razem osiã tematyczną są Niemcy i Bawaria, będące odzwierciedleniem naturalności produktów, które wyróżnia prosty, w pełni naturalny skład.

Alles dobre, Alles naturalne!

Wiodącym celem najnowszego spotu marki Tarczyński S.A. jest budowa świadomości linii Tarczyński Naturalnie oraz parówek 100% z szynki - produktu z stworzonego tylko z naturalnych składników bez dodatku konserwantów.

Cała kampania bazuje na platformie komunikacyjnej opartej na motywie międzynarodowym, który można było dostrzec we wcześniejszych produkcjach firmy, podkreślając tym samym jej międzynarodowość i budowę dumy z polskiego produktu na Świecie. Firma działa bowiem w blisko 30 krajach świata na 4 kontynentach.

Zdaniem wielu najbardziej naturalne parówki na świecie

Akcja spotu rozgrywa się w Bawarii, która jest odzwierciedleniem naturalności stanowiącej klucz jesiennej kampanii Tarczyński S.A. Bohaterami spotu są przebywający w Alpach Polacy, którzy rodzinie Bawarczyków polecają parówki z linii Naturalnie - zdaniem wielu najbardziej naturalne parówki na świecie.

- Stawiamy na naturalność produktów oraz kreowanie zdrowych nawyków żywieniowych, zgodnie z ideą marki „Jesz lepiej, żyjesz lepiej”. Polacy coraz częściej zwracają uwagę na jakość posiłków, a szczególnie śniadań. Wynika to nie tylko z ich postaw, ale i świadomego stylu życia. Wierzimy, że dzięki naszym produktom i ogólnopolskim kampaniom będziemy inspirować do mądrego odżywiania, żeby zmieniać życie na lepsze, co jest misją naszej firmy - mówi Tomasz Tarczyński Dyrektor Marketingu Tarczyński S.A.

Spot emitowany będzie w głównych kanałach telewizyjnych, jak również w sieciach tematycznych i kanałach VOD. Kampania wsparta będzie także multimedialną komunikacją w Internecie, kinach, materiałami POS i reklamą w prasie handlowej. Działaniom towarzyszyć będą również akcje trade marketingowe, których celem będzie przykuwająca wzrok ekspozycja w punktach sprzedaży.

Za kreację reklamy odpowiada agencja RED8 Advertising, a za jej produkcję Lemon Film. Reżyserem reklamy jest Piotr Janowski. Za budżet mediowy kampanii odpowiada Havas Media.

Informacje o firmie:

Tarczyński S.A. to innowacyjny producent wysokiej jakości wędlin, kabanosów, parówek i przekąsek białkowych.

Od lat inspirujemy do mądrego odżywiania, żeby zmieniać życie na lepsze, w myśl idei – JESZ LEPIEJ, ŻYJESZ LEPIEJ. Jesteśmy najpopularniejszą wśród konsumentów marką kabanosów w Polsce, z ponad 78% udziałem rynkowym w tej kategorii*. Co roku otrzymujemy liczne wyróżnienia, a nasze produkty są obecnie dystrybuowane do blisko 30 krajów świata na 4 kontynentach.

Nieustannie dążymy do realizacji ambitnych wyzwań i zadań związanych z obszarem pracowniczym, co znajduje swoje odzwierciedlenie w przyznawanych wyróżnieniach. Nasze podejście do pracownika oraz dobre praktyki HR są doceniane i nagradzane na rynku pracy.

Posiadamy własne laboratorium, zespół technologów, a także rozbudowany dział jakości oraz jeden z najnowocześniejszych parków maszynowych w Europie. Inwestujemy w rozbudowę zakładu, zakup nowoczesnych, przyjaznych dla środowiska technologii.

*Tarczyński za Nielsen – Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Food), Sprzedaż wartościowa, segment kabanosów paczkowanych z wyłączeniem Marek Własnych sieci handlowych, okres skumulowany: maj 2019-kwiecień 2020.

Kontakt dla mediów:

Jakub Głogowski
Communication Manager
tel.: 605 971 135
e-mail: jglogowski@tarczyński.pl