**Delecta reklamuje Łatwe ciacho**

**Pod hasłem Łatwe ciacho zawsze pod ręką! 15 września br. startuje telewizyjna odsłona kampanii reklamowej pierwszego na polskim rynku ciasta z mikrofalówki, firmowanego marką Delecta. Dodatkowe działania obejmą Internet i punkty sprzedaży.**

Komunikacja ma charakter zarówno produktowy jak i wizerunkowy. Jej celem jest informacyjne wprowadzenie na rynek inowacyjnego produktu Delecty w segmencie słodkich przekąsek oraz edukacja w zakresie jego specyfiki. W kampanii po raz pierwszy pojawia się nowy claim marki: *Delecta. Delektuj się*.



Łatwe ciacho to słodka przekąska „do kubka”, którą można upiec w mikrofalówce w zaledwie 1 minutę. Asortyment obejmuje cztery najbardziej popularne smaki: czekoladowy, karmelowy, piernikowy oraz z płatkami czekolady. *Liczymy na wykreowanie nowej mody na słodką przerwę z przekąską, co wpłynie na ożywienie kategorii i wizerunek innowacyjnej marki Delecta.-* mówi Kamila Szlachetka, Communications Manager Rieber Foods Polska S.A.

Emisje [spotów](https://www.youtube.com/watch?v=O9kNttOpup8) zaplanowano w 45 kanałach telewizyjnych (TVP, TVN, Polsat oraz kanały tematyczne), na platformie VOD, wybranych portalach oraz YouTube. W prasie lokalnej oraz w portalach internetowych zostaną zrealizowane konkursy. W sklepach zaplanowano wsparcie prosprzedażowe w formie dodatkowych ekspozycji materiałów POSM oraz emisji modułów edukacyjnych i reklamowych w gazetkach sieci.

Spot reklamowy opracowała agencja Hullabaloo. Produkcją zajął się Graffiti Films. Media do kampanii zakupił Starcom. Działania PR realizuje Kolterman Media Communications.

Zobacz spot reklamowy [tutaj](https://www.youtube.com/watch?v=O9kNttOpup8).

**Metryczka kampanii:**

Czas trwania: 15 września - 19 października 2014 r.

Hasło kampanii: *Łatwe ciacho zawsze pod ręką!*

Klient: Rieber Foods Polska S.A.

Produkt: Łatwe ciacho Delecta

Rodzaj kampanii: wizerunkowa, produktowa

Media: TV, VOD, Internet

Kreacja spotu: Agencja reklamowa Hullabaloo

Produkcja spotu: Graffiti Films

Dom mediowy: Starcom

PR: Kolterman Media Communication