**Gdzie szukać kasy? W loterii „Mus je schrupać i wygrać” marki Familijne!**

**Wystartowała wakacyjna loteria marki Familjne pod hasłem „Mus je schrupać i wygrać”. Codziennie, do końca sierpnia, konsumenci mają szansę na wygraną pieniężną oraz upominki produktowe. Akcja jest szeroko wspierana w mediach oraz punktach sprzedaży, w ramach nowej platfomy komunikacji „Mus je schrupać… zanim znikną!”.**

**Wystartowała wakacyjna loteria marki Familijne pod hasłem „Mus je schrupać i wygrać”. Codziennie, do końca sierpnia, konsumenci mają szansę na wygraną pieniężną oraz upominki produktowe. Akcja jest szeroko wspierana w mediach oraz punktach sprzedaży, w ramach nowej platfomy komunikacji „Mus je schrupać… zanim znikną!”.**

Zasady loterii zostały oparte na prostym mechanizmie, sprawdzonym w latach ubiegłych. Wystarczy zakupić dwa dowolne produkty z całej oferty produktowej Wafli Familijne, zarejestrować paragon na stronie akcji [www.familijne.pl](http://www.familijne.pl), by od razu dowiedzieć się, czy udało się zdobyć jedną z nagród pieniężnych, dostępnych w puli każdego dnia. Spośród wszystkich zarejestrowanych zgłoszeń, w wielkim finale akcji, zostanie rozlosowana nagroda główna w wysokości 50 tys. złotych.

Na zachętę do wspólnej zabawy, marka przygotowała dla konsumentów upominki w postaci pakietów Wafli Familijnych oraz voucherów na zakup słodyczy, osiągalnych bez konieczności rejestracji paragonu. Regulamin loterii oraz zasady akcji są dostępne na stronie familijne.pl.

*Każdego roku loteria stanowi ważny punkt w planach marketingowych naszej marki ze względu na bardzo dużą popularność, przekładającą się wymiernie na wyniki. Rokrocznie podczas akcji obserwujemy znaczące wzrosty rotacji* – mówi Ewelina Haraburda, Senior Brand Manager. *Bieżąca edycja została idealnie wpisana w nową platformę komunikacji, bazującą na motywie „poszukiwania”. W loteryjnych poszukiwaniach nagród towarzyszą uczestnikom zabawy rysunkowe postaci, znane już z kampanii telewizyjnej – dinożaur, wróbelek, bluesowy misiek. Mus zobaczyć i wygrać –* dodaje.

Akcja będzie mocno wspierana w mediach i punktach sprzedaży do końca sierpnia. Emisje dedykowanych spotów zaplanowano w ogólnopolskiej telewizji, serwisach VOD oraz w internecie. Działania dopełniają kampanie: radiowa i online (display, influencerzy, social media), a także komunikacja na opakowaniach produktów i w punktach sprzedaży.

Strategię nowej platformy komunikacyjnej oraz wszystkie kreacje przygotowała agencja Opus B. Produkcję spotów powierzono Lemon Film. Zakupem mediów zajmuje się Initiative. Działa PR realizuje Kolterman Media Communications.

**Link do spotu:** <https://www.youtube.com/watch?v=p6Eu39mo9FQ>

\*\*\*

*Familijne to wafle rodzinne numer jeden w Polsce. Uwielbiane od ponad 25 lat za idealną chrupkość wafelka i pyszną różnorodność. Dostępne w szerokim wyborze aż 11 smaków są chrupiącą, słodką przekąską do podjadania i dzielenia się z bliskimi w każdym miejscu i czasie. Produkt z portfolio Colian - Polskiej Firmy Rodzinnej.*