**„Niezrównane w smaku. Jedyne oryginalne” – ruszyła nowa kampania marki Jeżyki**

**Z początkiem kwietnia br. marka Jeżyki wystartowała z nową kampanią 360°, promującą jedyne w swoim rodzaju ciastka Jeżyki. Komunikacja obejmuje telewizję, działania digitalowe, VOD, nośniki DOOH, mural w Warszawie oraz aktywacje z influencerami. Wszystko pod hasłem: „Niezrównane w smaku. Jedyne oryginalne”.**

Jeżyki wracają z mocnym komunikatem, który nie pozostawia wątpliwości: oryginał jest tylko jeden. Kampania **„Niezrównane w smaku. Jedyne oryginalne”** to ukłon w stronę uwielbianego klasyka, który od lat dostarcza przyjemności w swojej najbardziej rozpoznawalnej formie.

Bohaterem akcji są **Jeżyki Classic** – kultowe ciastka, cieszące się niezmiennym zaufaniem konsumentów i zajmujące pozycję numer 1 w swojej kategorii. To coś więcej niż słodycz – to produkt, który zachwyca jakością składników, dopracowaną recepturą i unikalnym połączeniem smaków. Kruche, z aksamitnym karmelem, najeżone bakaliami i oblane gęstą czekoladą – oferują intensywne doznania smakowe i prawdziwą satysfakcję z każdego kęsa. Co istotne, Jeżyki wyróżniają się także charakterystycznym wyglądem – tak rozpoznawalnym, że trudno je pomylić z czymkolwiek innym.

– *Przygotowując działania, zależało nam na stworzeniu komunikacji, która w prosty i atrakcyjny sposób przypomni o unikalności naszej oferty – o tym, że nasze ciastko jest jedyne w swoim rodzaju. Z Jeżykami nie trzeba iść na kompromisy – to synonim maksimum przyjemności, różnorodności smaków, oryginalności i jakości składników, docenianych przez konsumentów od lat. Dlatego w nowej kampanii połączyliśmy tradycyjne formaty z niestandardowymi aktywacjami, zwiększającymi zaangażowanie i wnoszącymi świeżość do przekazu* – podkreśla Joanna Kąkol, rzecznik prasowy Colian.

Kampania obejmuje różnorodne kanały dotarcia - od 10-sekundowego spotu emitowanego w największych stacjach telewizyjnych, przez działania w VOD i digitalu, po DOOH, mural w Warszawie oraz aktywacje z udziałem influencerów czy znanych marek. Całość utrzymana jest w spójnej, dynamicznej estetyce, która stawia smak, przyjemność i wyjątkowość na pierwszym planie.

Link do spotu na YouTubie: <https://www.youtube.com/watch?v=CE2brmXLo2Y>

Za kreację oraz kompleksową organizację kampanii odpowiada agencja CreativeHarder. Zakupem mediów tradycyjnych zajął się dom mediowy Initiative. Doradztwo w zakresie public relations zapewniła Kolterman Media Communications.