**Wafle Familijne Gofrowe w kampanii „Mus je schrupać”!**

**Marka Familijne, lider rynku wafli rodzinnych w Polsce\*, wystartowała z kampanią reklamową pod hasłem „Mus je schrupać”. Działania realizowane dla wafli Familijnych Gofrowych potrwają do połowy marca w telewizji i kanałach digitalowych.**

Familijne Gofrowe to unikalna na rynku linia kruchych wafelków z kremowym musem w kilku najbardziej popularnych smakach, m.in. czekoladowym i waniliowym. W ostatnim czasie portfolio marki uzupełnił wariant karmelowy.

Prowadzone działania mają charakter wizerunkowy, przy jednoczesnym podkreśleniu najmocniejszych atrybutów produktu. Hasło „Mus je schrupać” zwraca uwagę na apetyczną kruchość wafelka i kremowe nadzienie w formie musu, którym nie sposób się oprzeć. Komunikacja podkreśla także rodzinny charakter marki Familijne.

Emisje spotów reklamowych (15- i 30-sekundowych) zaplanowano w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych (TVP, Polsat, TVN, stacje tematyczne) do połowy marca br. Równolegle realizowana będzie kampania w kanałach digitalowych, między innymi na YouTube oraz platformach VOD.

Za strategię kampanii i kreacje na jej potrzeby odpowiada Publicis. Zakup mediów powierzono Initiative. Działania online zaplanował Pure Play.

Link do spotu: <https://www.youtube.com/watch?v=X6xSJiKjr6o>

***\**** *Colian za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, rynek: Cała Polska (jako suma rynków: Hipermarkety, Supermarkety bez Dyskontów, Dyskonty, Duże Sklepy Spożywcze z sieciami chemicznymi, Średnie sklepy spożywcze i Małe Sklepy Spożywcze, Sklepy winno-cukiernicze, Stacje benzynowe, Kioski), skumulowana sprzedaż wartościowa dla produktów markowych w sub-kategorii Wafle familijne w kategorii Ciastka i wafle, okres: grudzień 2017 - listopad 2018.*