**Familijne Wieczory Filmowe – ruszyła zimowa kampania Wafli Familijnych**

**Wafle Familijne wystartowały z zimową komunikacją pod hasłem „Familijne Wieczory Filmowe”. Od 18 stycznia będą towarzyszyć Polakom podczas domowych chwil relaksu z dobrym filmem czy serialem. Kompleksowe działania zaplanowano w telewizji, na platformach VOD i w mediach społecznościowych. Osią komunikacji jest współpraca z serwisem Filmweb.pl, w ramach której marka zaprasza kinomaniaków na wyjątkowy konkurs.**

Wspólne chrupanie przed ekranem, podczas seansu filmowego czy maratonu z ulubionym serialem, to jedna z najczęstszych aktywności, jakie wybierają Polacy w zimowe wieczory. Oglądanie umilają lekkie przekąski, wśród których bardzo chętnie wybierane są wafle Familijne. Co trzeci konsument chrupie wafelki właśnie podczas oglądania TV.

**Przy współpracy z serwisem Filmweb.pl** marka Familijne stworzy ranking ulubionych filmów rodzinnych Polaków. W konkursie, który potrwa od 18 stycznia do końca lutego, użytkownicy serwisu będą mogli głosować na swoich filmowych faworytów i wygrywać atrakcyjne filmowe nagrody. Akcji będzie towarzyszyć kampania display na Filmweb.pl oraz w mediach społecznościowych, oparta na grze w skojarzenia. Regulamin konkursu jest dostępny na [www.familijne.pl](http://www.familijne.pl).

**W ramach akcji „Familijne Wieczory Filmowe”** zaplanowano sponsoring największych pasm filmowych w Polsacie i TVN-ie oraz emisje w Telewizji Polskiej. Komunikacja w telewizji, na platformach VOD i YouTubie potrwa do końca marca. Uzupełnieniem działań będzie aktywność w mediach społecznościowych, w ramach której ulubione wafelki Polaków zamienią się w równie uwielbianych bohaterów filmów czy seriali.

Podczas kampanii „Familijne Wieczory Filmowe”, w **sprzedaży będzie dostępna specjalna oferta Wafli Familijnych w dużej paczce 450 g**. Dwa najpopularniejsze smaki - śmietankowy i czekoladowy w formacie XXL to jeszcze więcej chrupania na wieczory filmowe dla całej rodziny. W punktach sprzedaży pojawią się dodatkowe ekspozycje i POS.

Kreacje na potrzeby kampanii przygotowała agencja Gong. Media zakupił Initiative. Działa PR realizuje Kolterman Media Communications.

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