**Startuje nowa odsłona kampanii „Anatol. Klasyka poranka”**

**Już dziś, 8 sierpnia, wystartowała kolejna odsłona kampanii reklamowej kawy zbożowej Anatol. Działania obejmujące radio i Internet potrwają do końca września.**

Celem aktywności realizowanych pod hasłem „Anatol. Klasyka poranka” jest wzmocnienie świadomości marki Anatol oraz dotarcie z produktem do młodszej grupy docelowej. Spoty i billboardy promują całą rodzinę kaw zbożowych Anatol, zarówno trzy warianty kawy rozpuszczalnej z funkcjonalnymi dodatkami: **Harmonia** (z błonnikiem), **Koncentracja** (z magnezem i witaminą B6) oraz **Witalność** (z witaminami C i E oraz cynkiem), jak i linię klasycznych kaw w saszetkach z nowością – **Anatol 5 zbóż**.

W ramach kampanii internetowej zaplanowano wyświetlenia billboardów w głównych portalach kobiecych, kulinarnych, parentingowych i z segmentu people. 15-sekundowe spoty pojawią się w serwisach Agory, Onetu, TVN-u i platformie YouTube. Spoty można zobaczyć przed i w trakcie emisji materiałów video.

Kampania radiowa obejmie aktywności w RMF FM i RMF Classic. W jej ramach przewidziano sponsoring konkursów antenowych i audycji Śniadanie Mistrzów.

Kreacje na potrzeby kampanii przygotowała agencja Brand Support. Planowaniem i zakupem mediów zajęła się agencja Starcom.

**Metryczka kampanii:**

Termin: 8.08.2016 – 30.09.2016

Hasło kampanii: Anatol. Klasyka poranka

Klient: Bakalland S.A. ([www.delecta.pl](http://www.delecta.pl))

Produkt: kawa zbożowa Anatol Delecta

Media: radio, Internet

Kreacja: Brand Support

Dom mediowy: Starcom