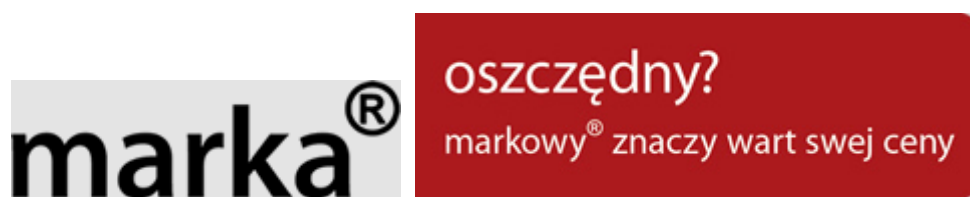


"Wybierz Ma@kowe" – czwarta edycja kampanii społeczno-edukacyjnej na rzecz marki.

1 sierpnia 2009 r. Stowarzyszenie ProMarka zainauguowało kolejną, czwartą już, edycję kampanii "Wybierz Ma@kowe". Wzorem poprzednich edycji, także tym razem kampania zwraca uwagę na wybrane aspekty dotyczące świadomych wyborów konsumenckich. Pokazuje korzyści wynikające z wyboru produktów markowych. Podkreśla, że wybierając produkty markowe wiemy, jakie wartości kryją się za daną marką, a to przekłada się z kolei na pewność dokonania trafnego wyboru przez konsumentów. Kampania kładzie nacisk na trzy elementy związane z produktami markowymi: oszczędność, jakość i bezpieczeństwo. Ma informować, że produkt markowy to produkt ogólnie dostępny o gwarantowanej, stałej jakości. W swoich założeniach kampania ma dotrzeć do konsumentów wskazując korzyści związane z wyborem produktów markowych, takie jak:

Oszczędność

Podejmując decyzje finansowe konsumenci starają się maksymalizować korzyści. Produkty markowe dzięki swojej jakości i trwałości, dłużej służą konsumentom, a z perspektywy czasu okazują się tańsze.



Jakość

Produkty markowe to produkty o wysokiej jakości wielokrotnie sprawdzane i udoskonalane. Producenci dysponują zapleczem naukowym, wiedzą i doświadczeniem. Wykorzystują też najnowocześniejsze technologie, inwestują w badania, wprowadzają innowacje, które gwarantują wysoką jakość.



Bezpieczeństwo

Produkty markowe podlegają ścisłym kontrolom jakości, są monitorowane zarówno na każdym z etapów produkcji, jak i po opuszczeniu fabryki. Producenci, mając możliwość pełnej identyfikacji produktów potrafią, dokładnie określić, gdzie znajduje się i jak przechowywany jest każdy z nich zanim trafi na sklepową półkę. Produkty markowe

posiadając wymagane certyfikaty i atesty, często przewyższają stawiane im wymagania jakościowe.



Kampania jest prowadzona na 600 billboardach w 8 miastach przez cały sierpień. Kampania jest również wspierana przez największe tytuły prasowe, w których w sierpniu i we wrześniu ukażą się reklamy oraz przez niektóre portale i witryny internetowe. Elementem łączącym wszystkie przekazy będzie słowo marka®. Cechą charakterystyczną kampanii jest to, że nie zobaczymy w reklamach, tak jak w latach poprzednich, żadnych marek, a głównym jej przekazem są korzyści wynikające z zakupu produktów markowych. Dodatkowo od 3 sierpnia na stronie www.promarka.pl prowadzony jest konkurs dotyczący produktów markowych, w którym nagrodami są produkty ufundowane przez firmy członkowskie Stowarzyszenia ProMarka.

Kreację kampanii przygotowała Eskadra Agencja Reklamowa, media zakupił dom mediowy ZenithOptimedia, a działania PR zaplanowała agencja Star PR.

Znak ® użyty w tym przekazie nie stanowi wskazania zarejestrowanego znaku towarowego w rozumieniu Ustawy Prawo Własności Przemysłowej (Dz.U.2003, Nr 119, poz. 1117 tekst jednolity).