**CETAPHIL SVERIGE OCH ADON FÖRLÄNGER OCH FÖRDJUPAR SAMARBETET MED UNITED SCREENS GENOM EN NY KAMPANJ**

**Efter fjolårets två influencer marketing-kampanjer som Cetaphil Sverige, AdOn och United Screens genomförde tillsammans lanseras nu tredje kampanjen tillsammans med Youtube-kanalerna Felicia Bergström, Fru Reinhold, Sabina Decirée och The Swedish Family. I denna kampanj som börjar idag, tisdag 27 februari, uppmanar Cetaphil att ge dig själv en paus i vardagen, en stund att varva ner och ta hand om dig själv.**

Cetaphil Sveriges kampanj för att kommunicera till kvinnor mellan 18-30 år så lyfts budskapet att varva ner och ta sig tid för sig själv, för att minska stressen och investera i att ta hand om sig själv, oavsett om om det handlar om 5, 10 eller 30 minuter.

- Vi är väldigt glada över att ha lanserat denna kampanj tillsammans med AdOn och United Screens samt de fyra utvalda kanalerna från United Screens premiumnätverk. Youtube-profilerna har en stark trovärdighet hos målgruppen vi vill nå, och parofilerna tycker att det är ett viktigt budskap som Cetaphil Sverige lyfter genom deras Youtube-videos, säger Samuel Silkestrand, Brand Manager för Cetaphil Sverige, som fortsätter:

- De tidigare kampanjer som vi gjorde tillsammans med AdOn och United Screens under 2017 överträffade våra resultat kraftigt, så att arbeta med dem igen känns helt rätt för vårt varumärke Cetaphil Sverige.

- Att fortsätta utveckla Cetaphil Sveriges närvaro på den svenska marknaden och att lyfta upp det viktiga budskapet om att varva ner, känns den här kampanjen helt rätt i tiden. Vi är jätteglada att vara en del av den här kampanjen som Cetaphil Sverige gör, säger Marie Trojmar, Rådgivare Digitala Medier, AdOn.

Föregående kampanjer där Cetaphil Sverige, AdOn och United Screens samarbetat har fått över 1,2 miljoner organiska visningar, samt visade en kraftigt ökad medvetenhet hos målgruppen kring varumärket med över 38%.

- Cetaphil Sverige och AdOn har tänkt helt rätt i valet av vilka youtubers de arbetat med under den här och tidigare kampanjer då de har en stor trovärdighet inom Cetaphil Sveriges målgrupp. Dessutom har de stora, redan etablerade kanaler och en stark relation till sina följare, vilket är tre komponenter för att möjliggöra en slagkraftig kampanj, säger Natalie Tideström Heidmark, försäljningschef Sverige, United Screens.

*Felicia Bergströms video:* [*https://www.youtube.com/watch?v=yFsVfwESJpw*](https://www.youtube.com/watch?v=yFsVfwESJpw)

**Kontakt**

**Jessica Westin**

*Head of Communications, United Screens*

jessica@unitedscreens.com

+46 70 279 21 10