****

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | Gabriela Bechynská |  |  |
|  | 775 038 045 |  |  |
|  | [gabriela.bechynska@mdlz.com](mailto:gabriela.bechynska@mdlz.com) |  |  |

**Mondelez posílí komunikaci značky Opavia**

* **Nejsilnější sušenkovou a oplatkovou značku u nás zvýrazní na obalech produktů Opavia Zlaté**
* **Zároveň uvede novou komunikační kampaň „A kde schováváte svoje Opavie vy?“**

Praha 2. října 2017 – Společnost Mondelez výrazně posílí komunikaci spojenou se svou zastřešující sušenkovou a oplatkovou značkou Opavia. Uvede originální českou reklamní kampaň s titulem „A kde schováváte svoje Opavie vy?“. V ní malý chlapec v roli detektiva hledá v domě sušenky poschovávané různými členy rodiny, aby se s nimi o ně mohl podělit. V samotné produktové komunikaci pak Mondelez potlačí značku Zlaté, která na výrazně žlutých obalech zůstane zachována, avšak ustoupí ve viditelnosti ve prospěch modrého loga Opavia. K rozhodnutí zaměřit se na nejzavedenější český sušenkový brand vedly společnost rozsáhlé spotřebitelské testy a výzkumy, ze kterých vyplynula nejenom jednoznačně největší, šedesátiprocentní spontánní znalost známost značky Opavia v sušenkovo-oplatkovém segmentu, ale i pozitivní emoce zákazníků.

Cílem posílení brandingu a nové komunikace bylo oprášit positioning jedné ze tradičních, národních značek a posílit její původní hodnoty, jako jsou rodina a soudržnost. „*Reklamní kampaň a její hlavní motiv pozitivně hodnotili i sami spotřebitelé, kteří u testů velice často mluvili právě o schovávání sušenek, a to nejenom před svými blízkými, ale velmi často i sami před sebou,*“ říká Lýdia Baránková, manažerka značky Opavia. „*Potvrdili nám zároveň, že s touto tradiční značkou mají spojené pozitivní emoce, jako jsou tradice, rodina, pohoda, chvíle oddychu, dětství, chvíle strávené na venkově či na výletech,*“ dodává Baránková s tím, že největší výzvou bylo vymyslet, jak oslovit velmi různorodou cílovou skupinu, kterou Opavia díky svému širokému portfoliu zahrnuje.

Na revizi positioningu a přípravě komunikace se podílela kreativní agentura Havas. Zajímavostí je, že na nové komunikaci spolupracoval mezinárodní česko-slovensko-brazilský tým. Nová komunikace bude od konce září do listopadu zahrnovat jak televizní kampaň, tak i podporu v digitálu a v sociálních médiích.

Opavia je obchodní značkou, která ve svém logu nese datum 1840. Už řadu let je používána jako takzvaná zastřešující značka, pod kterou spadá řada brandů z portfolia plněných a suchých sušenek, formovaných oplatek a plněných oplatek, známých na českém a slovenském trhu.

Tiskové zprávy společnosti Mondelez najdete zde:

<http://www.mynewsdesk.com/cz/mondelez-cz-sk>

**O společnosti Mondelez Czech Republic s.r.o.**

Společnost Mondelez Czech Republic s.r.o. je součástí skupiny společností Mondelēz International, která je předním světovým výrobcem čokolády, sušenek, žvýkaček a bonbonů. Skupina v současné době zaměstnává téměř 100 tisíc zaměstnanců a své výrobky prodává ve 165 zemích světa. Mezi její nejznámější značky patří čokoláda Milka a Cadbury, sušenky Oreo a LU nebo žvýkačky Trident. Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu patří značky BeBe Dobré ráno, Brumík, Fidorka, Figaro, Halls, Kolonáda, Miňonky, TUC či Zlaté. Mondelēz International je v České republice a na Slovensku jedničkou ve výrobě sušenek a čokoládových cukrovinek. Ve čtyřech továrnách, dvou obchodních jednotkách a centru sdílených služeb zaměstnává téměř 2,5 tisíce lidí. Obchodní zastoupení firmy zde prodává 430 produktů pod 19 značkami. Více na [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com), [www.facebook.com/mondelezinternational](http://www.facebook.com/mondelezinternational) a [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ).

