****

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | Bára Wagnerová  |  |  |
|  | Friendly  |  |  |
|  | bara@friendlymail.cz |  |  |

 **Z Fidorek jsou rivalky a dělají si rošťárny**

* **Fidorky poprvé v reklamní kampani ožívají a mluví, v animovaných video spotech si přitom jednotlivé příchutě dělají naschvály.**
* **Celoroční kampaň bude viditelná v televizích i dalších především digitálních komunikačních kanálech.**

Praha 6. března 2017 – Od března spouští Mondelez novou celoroční komunikační podporu pro svou klíčovou lokální značku Fidorka. Známá čokoládová oplatka bude letošní kampaň opírat o rivalitu mezi jednotlivými příchutěmi, které si budou navzájem provádět nejrůznější rošťárny. Spoty i celá komunikace je postavena na oživení Fidorek formou animovaných postaviček, odpovídajících všem na trhu dostupným příchutím včetně limitovaných edicí, jako je třeba nová Fidorka s citrónovou příchutí v hořké čokoládě.

„Každé Fidorce jsme dali vlastní hlas, některé ženský, jiné mužský, zároveň má každá z nich svůj specifický charakter, jedna je velmi sebevědomá, druhá příliš důvěřivá, třetí trochu ironická a další je rozená šprýmařka,“ říká Alena Kratochvílová, manažerka značky Fidorka. Kampaň bude viditelná v televizi a na sociálních sítích, především facebooku, youtube a instagramu. Připravila a zajišťuje ji agentura Friendly, která pro značku Fidorka vytváří komunikaci už několik let.

„V prvním animovaném videu se představuje všech pět základních příchutí, které se snaží upoutat zákazníky a přesvědčit je, že právě ta jejich příchuť je nejlepší. Na speciální microsite [www.vykutalenarostarna.cz](http://www.vykutalenarostarna.cz) probíhá hlasování o nejlepší z nich,“ říká Petr Bína, creative partner Friendly.

V průběhu roku budou následovat další krátké animované spoty, které ukáží nové příběhy hravé rivality mezi Fidorkami. Oživlé Fidorky kromě samotných videí komunikují i na facebookové stránce Fidorky, kde odpovídají zákazníkům na jejich dotazy i komentáře a zároveň je žádají o podporu pro svou příchuť.

Fidorka je tradiční česká oplatka. Vyrábí se v továrně v Opavě. Jejím základem je oplatka plněná různou náplní, celomáčená v mléčné, hořké nebo bílé čokoládě. V současné době se prodává Fidorka Mléčná s kokosem, Mléčná s oříškovou náplní, Hořká s oříškovou náplní, Hořká s čokoládovou náplní, Bílá s čokoládovou náplní a Hořká s citrónovou příchutí. Poslední zmiňovaná je přitom limitovanou edicí.

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).

