****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kontakt:** | Jan Pácl jan.pacl@prkonektor.cz 774 595 075 | Gabriela Bechynskágabriela.bechynska@mdlz.com775 038 045 |
|  |  |  |

**BeBe Dobré ráno si hraje s chováním lidí po probuzení**

* **V aktuální tříměsíční kampani chce podpořit pravidelné snídání.**
* **Pětice ambasadorů odprezentuje různé produkty z řady BeBe Dobré ráno také pomocí soutěží mezi svými fanoušky.**

Praha 8. ledna 2018 – Značka BeBe Dobré ráno z portfolia společnosti Mondelez International zahajuje v lednu novou aktivační kampaň zaměřenou na podporu snídání ve spojení se svými sušenkami. Především v digitálním prostoru představí pomocí pěti českých a slovenských ambasadorů různé typy lidí a jejich chování po ranním probuzení a spojí je s jednotlivými produktovými řadami značky BeBe Dobré ráno. Se všemi ambasadory zároveň proběhnou fanouškovské soutěže „A jaký jsi po ránu ty?“. Komunikaci posílí také aktivity realizované v in-storu.

„Každý jsme po ránu úplně jiný. Probudí nás něco jiného, máme jiný start a jinak nastavený budík. Právě rozdíly v ranních zvycích nás tak rozdělují do různých skupin. Někdo se ráno spokojí s klasickým stereotypem, jiný zase potřebuje mazaný plán pro zahnání ranní nepohody,“ říká Veronika Demčíková, manažerka značky Bebe Dobré ráno pro Českou republiku a Slovensko. „Produkty BeBe Dobré ráno, ať už jde o klasické, mazané, s jogurtovou kulturou či mini sušenky, případně řadu Na měkko, jsme proto kreativně spojili vždy s jednou zajímavou osobností silnou na sociálních sítích, která zároveň svým chováním vystihuje danou sušenku.“

Herec Lukáš Hejlík se v konceptu reprezentuje jako ranní klasik s kávou a rychlou snídaní, moderátor slovenské Europy 2 Vlado Varecha hýřící dobrou náladou už od rána zase zastupuje mazané sušenky, slovenská youtuberka MOMA citově spojená se svým psem produkty naměkko, bloggerka Tereza in Oslo se svým miminkem řadu mini a jogínka Magdalena žijící cvičením zase vyvážené stravování pomocí sušenek s jogurtovou kulturou.

Myšlenku typologie rán a snídaní připravila agentura PR.Konektor, která v kampani zastřešuje PR aktivity a ve spolupráci s influencerskou agenturou The HIVE vybrala pro projekt vhodné ambasadory. PR.Konektor zajistil také kreativní návrhy designů krabiček, které budou u vybraných prodejců jako dárek k nákupu sušenek. Digitální část kampaně je v režii agentury Peppermint, nákup médií zajišťuje agentura Carat.

Tiskové zprávy společnosti Mondelez International v České republice a na Slovensku 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).

