

## Nestlé Polska S.A.

Ul. Szturmowa 2  
02-678 Warszawa  
Poland  
Tel: (48-22) 607 22 88

Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy  
XIII Wydz. Gospodarczy Krajowego  
Rejestru Sądowego  
KRS 0000025166  
NIP 527-020-39-68  
Kapitał zakładowy 50 mln PLN w pełni opłacony



Jedz smacznie, żyj zdrowo

### Informacja prasowa

Warszawa, 23.10.2014

### Kampanie marek Nestlé Polska S.A. nagrodzone Effie Awards 2014

Dwie kampanie marketingowe marek z portfolio Nestlé Polska S.A. zostały nagrodzone w prestiżowym konkursie Effie Awards. Obie kampanie – *Z czego Kaktus ma polewkę* oraz *Bobo Frut – Smak Dzieciństwa* – wykorzystując media społecznościowe, wzmocniły marki, poszerzyły ich grupy docelowe, a także przelożyły się na zyski ze sprzedaży. Dzięki kampaniom obie marki zyskały wyróżniającą w swoich kategoriach liczbę i zaangażowanie fanów, którzy identyfikując się z markami, stają się ich najlepszymi ambasadorami.

Effie Awards to nagrody za najlepszą komunikację marketingową, czyli taką, która posiada jasno wyznaczone cele, kreatywne metody ich osiągania i mierzalne wyróżniające wyniki. Wygrywają firmy, które dla swoich marek planują najbardziej efektywne kampanie, przekładające się na zyski biznesowe.

Nestlé Polska S.A. zostało wyróżnione statuetką Srebrne Effie w aż 2 kategoriach: w kategorii Żywność tytuł przyznano kampanii lodów Kaktus pod hasłem *Z czego Kaktus ma polewkę?* (organizowanej przez agencję MEC i Publicis), a w kategorii Limited Budget – kampanii marki *Bobo Frut – Smak Dzieciństwa* (pod opieką domu mediowego MEC, we współpracy z agencjami 121 PR i Kokpit Partner).

Kampania *Z czego Kaktus ma polewkę?* otrzymała Srebrne Effie i było to najwyższe wyróżnienie w kategorii Żywność (w tej edycji nie przyznano Złotego Effie). Celem działań komunikacyjnych marki Kaktus było rozszerzenie grupy docelowej o nastolatków i zwiększenie sprzedaży o 10%. Ze względu na aktywność tej grupy w mediach społecznościowych, firma Nestlé stworzyła na Facebooku społeczność młodych ludzi utożsamiających się z wartościami marki Kaktus. Tak narodziła się Republika Kaktusa, gdzie fani mogą wyrazić siebie i dzielić się swoimi pasjami. Kampania opiera się na grze słów – połączeniu atrybutu produktu – polewy – z tym, co młodzież lubi najbardziej, czyli „polewką” – nieskrępowanym śmianiem się z czegoś. Pytanie „z czego Kaktus ma polewkę?” podbiło serca nastolatków, a marka zanotowała aż 50% wzrost sprzedaży.



## Nestlé Polska S.A.

Ul. Szturmowa 2  
02-678 Warszawa  
Poland  
Tel: (48-22) 607 22 88

Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy  
XIII Wydz. Gospodarczy Krajowego  
Rejestru Sądowego  
KRS 0000025166  
NIP 527-020-39-68  
Kapitał zakładowy 50 mln PLN w pełni opłacony



Jedz smacznie, żyj zdrowo

Marka Bobo Frut otrzymała nagrodę za komunikację *Bobo Frut - Smak Dzieciństwa* realizowaną na Facebooku i wspieraną reklamą zasięgową. Komunikacja marki w mediach społecznościowych została już wyróżniona w konkursie Golden Arrow 2013. Teraz zdobyła Srebrne Effie. Celem nagrodzonych działań komunikacyjnych marki Bobo Frut było rozszerzenie grupy docelowej o dorosłych konsumentów, którzy pamiętają soki Bobo Frut ze swojego dzieciństwa oraz zaangażowanie ich w interakcję z marką w oparciu o sentyment i pozytywne wspomnienia z tamtego okresu. W roku 2013 marka Bobo Frut zanotowała 3 punkty procentowe wzrostu udziałów rynkowych.

– *Aktywność komunikacyjna marek z portfolio Nestlé Polska S.A., m.in. Kaktus i Bobo Frut, to element działań marketingowych i sprzedażowych prowadzących do umacniania ich silnej pozycji w swoich kategoriach – w przypadku kaktusa wśród lodów dziecięcych, jak również lodów dla dorosłych, a w działaniach marki Bobo Frut do umacniania pozycji lidera w kategorii soków dla niemowląt i małych dzieci oraz jej rozwoju. Już dzisiaj możemy śmiało powiedzieć, że Kaktus jest jednym z najczęściej wybieranych lodów impulsowych w Polsce, a profil Republiki Kaktusa na Facebooku ma już ponad 400.000 fanów wykazujących ponadprzeciętną aktywność. Jest to najbardziej angażujący Fanpage w kategorii słodczy. Także marka Bobo Frut wyróżnia się w aktywności fanów na Facebooku w swojej kategorii napojów. 150.000 fanów na profilu marki Bobo Frut oraz ponad 400 000 fanów Republiki Kaktusa na Facebooku to dowód na to, że konsumenci nie tylko lubią marki Nestlé, ale również identyfikują się z nimi, tym samym stając się ich ambasadorami. Właśnie o tworzenie takich marek, które ludzie lubią i z którymi mogą się utożsamiać, Nestlé, jako największej firmie spożywczej świata, chodzi – mówi Małgorzata Szlendak, Rzecznik Prasowy Nestlé Polska S.A.*

Effie Awards jest jednym z najbardziej prestiżowych konkursów marketingowych organizowanym na całym świecie od 1968 roku, obecnie w aż 40 krajach. W Polsce od 1999 roku prowadzi go Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR.

**W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:**

### Edyta Iroko

Koordynator ds. Mediów  
Email: edyta.iroko@pl.nestle.com  
Telefon: +48 22 607 32 54  
Mobile: +48 600 204 870

### Marta Gryglewicz

Senior Account Executive  
Email: m.gryglewicz@partnersi.com.pl  
Telefon: 22 858 74 58 wew. 83  
Mobile: +48 504 640 360



## Nestlé Polska S.A.

Ul. Szturmowa 2  
02-678 Warszawa  
Poland  
Tel: (48-22) 607 22 88

Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy  
XIII Wydz. Gospodarczy Krajowego  
Rejestru Sądowego  
KRS 0000025166  
NIP 527-020-39-68  
Kapitał zakładowy 50 mln PLN w pełni opłacony



Jedz smacznie, żyj zdrowo

### Małgorzata Szlendak

Rzecznik Prasowy, Nestlé Polska S.A.  
Email: [malgorzata.szlendak@pl.nestle.com](mailto:malgorzata.szlendak@pl.nestle.com)  
Telefon: +48 22 607 22 89  
Mobile: +48 600 204 654

### Katarzyna Gorczyńska

Account Executive  
Email: [k.gorczynska@partnersi.com.pl](mailto:k.gorczynska@partnersi.com.pl)  
Telefon: 22 858 74 58 wew. 80

### O Nestlé

Nestlé w Polsce jest wiodącą firmą w obszarze żywienia, zdrowia i dobrego samopoczucia z portfolio ponad 1500 produktów i 90 marek, w tym m.in.: NESCAFÉ, WINIARY, GERBER, PRINCESSA, KIT KAT, LION, NESQUIK, NAŁĘCZOWIANKA, MANHATTAN oraz PURINA. Nestlé działa na polskim rynku od 20 lat. Firma zatrudnia aktualnie 5000 pracowników w 9 lokalizacjach. W 2013 roku sprzedaż Nestlé w Polsce osiągnęła 3,4 mld zł.



Nutrition



Twój ulubieniec, nasza pasja.