

**Контакты:** Юлия Весенёва  
+ 7 495 960 24 80  
[yvesenyova@kraftfoods.com](mailto:yvesenyova@kraftfoods.com)



## БРЕНД MILKA ПРИГЛАШАЕТ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ТЕХНОЛОГИЕЙ «ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ»

МОСКВА, Россия – 17 апреля 2012 г. – Бренд *Milka* удивляет своих потребителей уникальным национальным digital-проектом «Решись поделиться нежностью». Акция стартовала 13 апреля в Москве и Санкт-Петербурге, а с 20 апреля она продолжится в 8 крупнейших городах России. Проект реализован при поддержке промо-маркетингового агентства e:mg.

Главная особенность кампании – использование передовых цифровых технологий «дополненной реальности». Этот инновационный рекламный инструмент обеспечивает практически неограниченные возможности для взаимодействия с целевой аудиторией бренда на качественно новом интерактивном уровне. Он позволяет потребителям в буквальном смысле слова оказаться в удивительном мире нежности, созданном брендом *Milka* на экране огромного плазменного монитора. Проект реализован в рамках глобальной рекламной кампании «Milka. Решись быть нежным», его основная задача – дать участникам акции возможность пробудить в себе нежные чувства и проявить настоящую нежность друг к другу.

Посетителей крупных торговых центров, где пройдет промоакция, ждет увлекательный виртуальный опыт. Гости попадают в специальную брендированную промозону – на «территорию нежности Milka», где могут расположиться на мягком диване и через несколько секунд увидеть себя на экране плазменного монитора на цветущем альпийском лугу. Знаменитая корова Лиля из рекламного ролика шоколада *Milka* появляется рядом и подталкивает их проявить нежность и принять участие в интерактивной игре.

По ходу игры потребители оказываются в повседневных ситуациях, когда от них потребуется проявить нежные эмоции и внимание друг к другу. Например, молодому человеку предлагается обучить вождению свою вторую половинку на собственном автомобиле. На такой отчаянный шаг отважится не каждый! Молодой человек демонстрирует движения руля, которые девушка должна повторять. Если наши герои внимательны и нежны друг к другу, «уровень нежность» будет расти, и победа им



гарантирована. Если же их действия не достаточно согласованы, машина может сойти с дистанции.

В других интерактивных играх девушка может попросить партнера помочь навести порядок в шкафу, подружки могут потренироваться вместе помыть посуду, друзья – помочь с переездом. Видеоролики со своим участием посетители смогут посмотреть в официальной группе *Milka* в социальной сети ВКонтакте, получив специальный код. А наградой игрокам станет не только отличное настроение, но и самый нежный подарок – шоколад *Milka*.

Акция пройдет с 13 апреля по 7 мая 2012 года в 10 городах России – Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Самаре, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске и Уфе.

Бренд *Milka* приглашает журналистов познакомиться с технологией «дополненной реальности» в пятницу, 20 апреля!

#### **Программа пресс-трипа, пятница, 20 апреля:**

10.50 – встреча у метро «Таганская»

10.50 – 12.00 – трансфер в МЕГА Белая Дача

12.00 – 13.15 – знакомство с «дополненной реальностью» на «территории нежности *Milka*»

13.30 – 15.00 – трансфер до метро «Таганская»

Пожалуйста, подтвердите свое участие до 12.00 19 апреля Юлии Весенёвой по телефону + 7 909 957 67 67 или электронной почте [yvesenyova@kraftfoods.com](mailto:yvesenyova@kraftfoods.com)

#### **Бренд *Milka***

*Milka* уже более 100 лет является одним из самых популярных брендов шоколада в Европе (существует с 1901 года). С 2004 года *Milka* продается на российском рынке. Секрет удивительной нежности *Milka* в уникальном рецепте с добавлением настоящего альпийского молока. Именно за удивительно нежный вкус шоколад *Milka* так любят потребители.

В сентябре 2011 года *Milka* запустила новую глобальную коммуникационную платформу «Решись быть нежным». Новая кампания призвана напомнить нашим потребителям о важности проявления нежных эмоций. В современном мире люди все реже проявляют нежность по отношению друг к другу. Сейчас гораздо выгоднее быть напористым и резким, в



то время как проявление внимания, любви и заботы постепенно уходит из нашей жизни. Шоколад Milka раскрывает в людях их настоящую внутреннюю нежность и вдохновляет на проявление нежности друг к другу. Ведь нежность делает нашу жизнь добрее, а мир – лучше.

#### **Компания «Крафт Фудс Рус»**

ООО «Крафт Фудс Рус» ([www.kraftfoods.ru](http://www.kraftfoods.ru)) работает на российском рынке 17 лет и является лидером в категориях: шоколад и шоколадные конфеты, сублимированный кофе и бисквиты. Инвестиции компании в российскую экономику уже превысили 800 млн. долларов США. ООО «Крафт Фудс Рус» выпускает такие бренды, как кофе *Carte Noire*, *Jacobs*, *Maxwell House*; шоколад и шоколадные конфеты *Alpen Gold*, «Воздушный», *Milka*, «Чудный Вечер», *Côte d'Or*, мучные кондитерские изделия «Юбилейное», «Причуда», *Alpen Gold Chocolife*, «Барни», «Торнадо», снеки *TUC* и *Estrella*. В феврале 2010 года Kraft Foods на глобальном уровне приобрела компанию Cadbury. Ключевые бренды ООО «Дирол Кэдбери» на российском рынке: жевательная резинка *Dirol*, *Stimorol*, *Malabar*, леденцы *Halls* и *Dirol Drops*, шоколад *Cadbury*, *Tempo* и *Picnic*. В России Kraft Foods владеет 5 заводами во Владимирской, Ленинградской и Новгородской областях. Количество сотрудников превышает 4 тыс. человек. Компания активно инвестирует в российскую экономику и осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты.

#### **e:mg**

e:mg – промо-маркетинговое агентство, специализирующееся на разработке и реализации интегрированных рекламных кампаний, включающих в себя весь спектр маркетинговых инструментов. Агентство имеет огромную накопленную экспертизу в промо маркетинге, стабильно входит в ТОП-5 BTL-агентств России и является обладателем многочисленных отраслевых премий. e:mg – национальный член АКАР, член РАМУ и РМА (Американской Промо-маркетинговой Ассоциации).