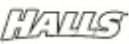




Контакты: Юлия Весенёва
+ 7 495 960 24 80
yvesenyova@kraftfoods.com



TUC: РАСПРАВЬСЯ С ГОЛОДОМ ИГРАЮЧИ

МОСКВА, Россия – 17 мая 2012 г. – Компания «Крафт Фудс Рус» запустила локальную рекламную кампанию соленого снека TUC в преддверии летнего сезона.

«Расправься с голодом играючи» - основная идея и слоган этой рекламной кампании, которая стартовала 7 мая на телеканалах России. За креатив ролика отвечало агентство Draftfcb Moscow, а на компанию DTV-MA легла ответственность по его производству. Компания на ТВ поддерживается серией рекламных принтов, размещенных на остановках общественного транспорта и сити-форматах в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Волгограде, Краснодаре и Ростове-на-Дону.

«В прошлом году мы очень качественно рассказали потребителям о том, что такое TUC как продукт. Теперь мы переходим к следующей стадии – рассказе о потребительских преимуществах бренда. В присущей бренду яркой и молодёжной стилистике мы сообщаем, что TUC помогает легко справиться с голодом, где бы он ни застал нашего потребителя.

В ходе работы над проектом был придуман эпитет-неологизм «хрустящий», наиболее четко характеризующий вкусовые свойства нашего продукта. Для большей преемственности с первой кампанией мы также сохранили идею персонификации бренда», - рассказывает старший бренд менеджер Георгий Твалчрелидзе.*

Татьяна Бородкина, руководитель группы по работе с клиентами, Draftfcb Moscow, так прокомментировала работу над этим проектом: *«Локальный креатив для международного бренда – это всегда более высокая степень ответственности. Но, с другой стороны, это шанс выйти с этим проектом за рамки нашей страны, например, на рынки восточно-европейских стран. Мы верим в бренд TUC и искренне желаем ему и дальнейшего успешного развития на российском рынке».*



Команда «Крафт Фудс Рус»:

- Юлия Вершинская – Менеджер по маркетингу
- Георгий Твалчрелидзе – Старший бренд-менеджер

Команда агентства:

- Михаил Цыбулин - арт-директор, руководитель креативной группы
- Ольга Полянская – старший копирайтер
- Татьяна Бородкина - руководитель группы по работе с клиентами
- Мария Маруева – помощник руководителя по работе с клиентами

При активном участии директора по стратегическому планированию Драгорода Кнези.

TUC

В Европе марка TUC уже давно и хорошо известна потребителям благодаря особой (*хрустящей и тающей) текстуре печенья и широкой линейке вкусов. С недавних пор бренд получил новый импульс к развитию за счёт вывода на рынки стран Восточной Европы, в том числе и России. Продажи TUC у нас в стране начались в феврале 2011 года, а с апреля стартовала рекламная кампания.

Для запуска была выбрана оригинальная идея – позиционировать бренд TUC как молодёжный солёный снек, который в любой ситуации поможет справиться с голодом легко и быстро. Подтверждением этой идеи является и ассортимент марки – TUC представлен в 2ух форматах упаковки 21г и 100г и трёх вкусах: Original (с солью), Cheezzz (с сыром), Salt'n'Pepper (с солью и перцем).

По итогам 2011 года солёный снек TUC вышел на второе место в категории крекеров по продажам в денежном выражении (по данным Nielsen).

Компания «Крафт Фудс Рус»

ООО «Крафт Фудс Рус » (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 *CarteNoire, Jacobs, MaxwellHouse*; шоколад и шоколадные конфеты *AlpenGold, «Воздушный», Milka, «Чудный Вечер», Côté d'Or*, мучные кондитерские изделия *«Юбилейное», «Причуда», AlpenGoldChocolife, «Барни», «Торнадо», снеки TUC и Estrella*. В феврале 2010 года KraftFoods на глобальном уровне приобрела компанию Cadbury. Ключевые бренды ООО «Дирол Кэдбери» на российском рынке: жевательная резинка *Dirol, Stimorol, Malabar*, леденцы *Halls и DirolDrops*, шоколад *Cadbury, Tempo и Picnic*. В России KraftFoods 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.



Компания KraftFoods

Kraft Foods (код на Нью-Йоркской фондовой бирже - KFT) – сильнейший игрок глобального рынка с непревзойденным портфелем брендов, любимых потребителями. С гордостью предлагая покупателям из 170 стран мира вкусные бисквиты, кондитерские изделия, напитки, сыры, бакалейные товары и продукты питания быстрого приготовления, Kraft Foods в 2011 году имела годовой объем продаж в размере 54,4 миллиардов долларов США. Доходность 12 легендарных брендов Kraft Foods - Cadbury, Jacobs, Kraft, LU, MaxwellHouse, Milka, Nabisco, Oreo, OscarMayer, Philadelphia, Tang и Trident – превышает 1 миллиард долларов США. 4 августа 2011 года компания Kraft Foods объявила о своих планах по разделению и созданию двух независимых публичных компаний: динамично растущей глобальной снековой компании и высоко маржинального североамериканского бизнеса по производству товаров бакалеи. Завершение сделки по разделению компаний планируется до конца 2012 года. Лидер в сфере маркетинга, инноваций, поддержки здорового образа жизни и велнеса, а также устойчивого развития, Kraft Foods имеет котировки по следующим индексам: DowJonesIndustrialAverage, Standard&Poor's 500, DowJonesSustainabilityIndex, EthibelSustainabilityIndex. Для более подробной информации посетите страницы kraftfoodscompany.com и facebook.com/kraftfoodscorporate.

Draftfcb

Draftfcb – рекламное агентство, входящее в Media Arts Group; является частью мировой сети Draftfcb. В составе Media Arts Group появилось в 1999 году как агентство FCB MA.

В апреле 2008 года в результате завершения процесса глобального слияния на международном рынке сетей Draft и FCB, был проведен ребрендинг агентства FCB MA, получившего имя мировой сети Draftfcb. В 2010 году был подписан долгосрочный контракт с глобальной сетью Draftfcb. В странах ближнего зарубежья агентство представляют Draftfcb Kiev и Draftfcb Almaty, а также Draftfcb Kishinev.

Сегодня Draftfcb Moscow – одно из крупнейших TTL-агентств России, предлагающее услуги по разработке креативных решений и стратегий продвижения бренда, производству всех видов рекламных носителей, директ-маркетингу и управлению ATL- и BTL-коммуникациями, исследованию рынков.

DTV-MA

ЗАО «DTV-MA» одна из крупнейших в России производственных компаний полного цикла, специализирующаяся на производстве TV/аудио/фото рекламного контента.

У ДТВ-МА есть два направления бизнеса: Production (производство рекламных видеороликов и организация фотосъемок) и Postproduction. Мы выделяем Postproduction постпроизводство рекламных роликов, создание компьютерной графики и анимации, адаптация рекламных роликов, производство радиороликов и пр.) как отдельное направление бизнеса, а не как дополнение к Production, потому что уверены в том, что качество нашего продукта должно быть высоким на каждом этапе производства.

ДТВ-МА была создана в 1998 году. С момента основания мы осуществили производство более чем 700 рекламных роликов. Также в последнее время мы делаем порядка 2000 postproduction-проектов в год. С 2002 года ДТВ-МА является членом International Quorum of Motion Picture Producers <http://www.iqfilm.org/>



В 2006 – 2007 годах ДТВ-МА приняла активное участие в подготовке видеоматериалов для Заявочного Комитета Сочи-2014. Мы осуществляли производство рекламного ролика «Russia. The Door is Open», который транслировался на международных каналах CNN, BBC и Eurosport. Также мы участвовали в производстве фильма «Russian Soul», который был частью презентации в Гватемале.

В 2008 году ДТВ-МА осуществила съемки трех презентационных фильмов о Казани, городе-кандидате на проведение Международной Студенческой Универсиады в 2013 году. На победном для Казани финальном голосовании в Брюсселе свои голоса за город отдали 20 из 27 членов исполнительного комитета Международной федерации студенческого спорта, а сама видеопрезентация была признана самой лучшей за всю историю Универсиады.

В 2008 году ДТВ-МА принимала участие в создании визуальных эффектов к фильмам: «Обитаемый остров», «Личное отношение», «Четыре возраста любви», «Трасса М8».

За 13 лет работы ДТВ-МА получила более 30 наград российских и международных фестивалей.