

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



## **ПОТРЕБИТЕЛИ ПРИДУМАЛИ СЛОГАН ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ MILKA. РЕШИТЬСЯ БЫТЬ НЕЖНЫМ**

МОСКВА, Россия – 30 августа 2012 г. – В сентябре на упаковке шоколада *Milka* появятся слоганы, придуманные потребителями специально для рекламной кампании «*Milka. Решись быть нежным*».

*«Рекламная кампания «Milka. Решись быть нежным» призвана напомнить людям о важности проявления нежных эмоций.*

*Компания была запущена в сентябре 2011 года и сразу вызвала огромное количество положительных нежных откликов от нашей аудитории. Чтобы поддержать живой интерес к кампании, в апреле 2012 года мы предложили нашим потребителям принять участие в конкурсе, по условиям которого необходимо было предложить свой вариант нежной фразы, начинающийся со слова «Решись...». 10 лучших фраз попали на упаковку шоколада *Milka*», – рассказывает Юлия Кожина, бренд-менеджер *Milka*.*

Конкурс проходил с 10 апреля по 10 мая в группе *Milka* в социальной сети «ВКонтакте» и стал очень успешным. Потребители охотно участвовали в активации, придумывая оригинальные действия, на которые нужно решиться, чтобы сделать мир нежнее и добрее.

За время конкурса в группе зарегистрировались 150 тысяч пользователей, которые прислали 5 тысяч оригинальных фраз! Самые интересные и запоминающиеся из них выбирали сами пользователи «ВКонтакте». Всего было определено 20 фраз-победителей, из которых компетентное жюри (бренд-команда *Milka*) отобрало десять самых необычных и нежных. Например: «Решись научить бабушку пользоваться интернетом», «Решись попрыгать с сыном по лужам» или «Решись поделиться местом под зонтиком». Все двадцать финалистов получили по целой коробке шоколада *Milka*, а десятка фраз-победителей попала на упаковку шоколада *Milka*.

Новые упаковки с фразой и именем автора-победителя заменят привычные на 3–4 месяца, начиная с сентября.



### **«Милка. Решись быть нежным» / "Milka. Dare To BeTender"**

В 2012 году на российском рынке бренд Milka продолжает международную рекламную кампанию «Milka. Решись быть нежным» ("Milka. Dare to BeTender").

Рекламная кампания «Milka. Решись быть нежным» призвана напомнить людям о важности проявления нежных эмоций. В современном мире люди все реже проявляют искренние чувства по отношению друг к другу. Сейчас гораздо проще и выгоднее быть напористым и резким, в то время как проявление любви, заботы и нежных эмоций постепенно уходит из нашей жизни. Шоколад Milka раскрывает в людях нежность и вдохновляет их на проявление нежных чувств друг к другу. Ведь нежность делает нашу жизнь добрее, а мир – лучше.

Кампания «Milka. Решись быть нежным» стартовала в России в сентябре 2011 года с размещения наружной рекламы, затем в эфир вышел телевизионный рекламный ролик, главным персонажем которого стала знаменитая лиловая корова Lila, подталкивающая людей к проявлению нежности.

Оригинальная креативная идея принадлежит агентству CrispinPorter&Bogusky, а ее адаптация для российского рынка была доверена агентству Saatchi&Saatchi.

Группа Milka «ВКонтакте» – <http://vk.com/daretobetender>

### **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 *CarteNoire*, *Jacobs*, *MaxwellHouse*; шоколад и шоколадные конфеты *AlpenGold*, «Воздушный», *Milka*, «Чудный Вечер», *Côted'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.