19 sierpnia 2024 r.

**W paczce siła –   
Tarczyński rusza z pierwszą pełnowymiarową kampanią marki Gryzzale**

**Tarczyński rozpoczyna pierwszą pełnowymiarową kampanię reklamową Gryzzali, czyli produktów dla dzieci. Już od 19 sierpnia spoty reklamowe pod hasłem "W paczce siła" pojawią się nie tylko na ekranach telewizorów, ale również w kinach oraz na Youtube. Bohaterami kampanii będą mali muszkieterowie, którzy nawiązują do głównych motywów komunikacyjnych marki Tarczyński, a towarzyszące im w zabawie barwne Gryzzale wprowadzą dzieci w fantastyczny świat pełen przygód.**

Z badań IRCENTER wynika, że aż 85% dzieci sięga po kabanosy, co świadczy o ich ogromnej popularności[[1]](#footnote-1). Tarczyński Gryzzale znajdują się w czołówce najlepiej sprzedających się kabanosów w Polsce. Dzieci lubią ich smak oraz zabawne, kolorowe postacie z opakowań, które przyciągają wzrok i rozbudzają wyobraźnię. Teraz Gryzzale wkraczają na wielkie ekrany w swojej nowej, pełnowymiarowej kampanii reklamowej.

Marka Gryzzale powstała z myślą o dotarciu do młodych konsumentów. Kabanosy w ostatnim czasie wdarły się szturmem do grona najpopularniejszych przekąsek dla dzieci. To idealne rozwiązanie dla zabieganych rodziców i uwielbiany przez dzieci przysmak. Gryzzale nie tylko świetnie smakują, ale są także pożywne. Stanowią naturalne źródło białka, a dodatkowo wyróżniają się obniżoną zawartością tłuszczu.

**Gryzzale na dużych ekranach**

Nowa kampania reklamowa obejmuje szeroko zakrojone działania promocyjne w telewizji, w kinach oraz w digitalu. 15-sekundowy spot, ukazujący codzienne życie rodzinne oraz nieposkromioną wyobraźnię dzieci, będzie emitowany m.in. we wszystkich kluczowych stacjach telewizyjnych. W spocie wystąpią również mali muszkieterowie, którzy będą nawiązywać do głównej platformy komunikacji kabanosów Tarczyński. Ponadto reklamę, w której pojawią się także Mocu, Lool i Megi, będzie można zobaczyć przed seansami w sieci kin Cinema City oraz na Youtubie. Dodatkowo, aby zwiększyć rozpoznawalność Gryzzali wśród młodszych konsumentów i rodziców, marka Tarczyński przygotowała wyróżniające się i interaktywne ekspozytory w sklepach, które będą zachęcać dzieci do wspólnej zabawy. Akcja promocyjna Gryzzali potrwa do 15 września.

Najnowsza kampania marki Tarczyński jest skierowana do małych i dużych konsumentów. Gryzzale to przekąska, która zdobyła uznanie dzieci i ich rodziców, oferując wyjątkowe połączenie praktyczności, wyśmienitego smaku oraz przyjemności z jedzenia. Każda paczka Gryzzali to porcja siły i zachęta do kreatywnej zabawy, a szeroki asortyment i atrakcyjny wygląd sprawiają, że te kabanosy stają się ulubionym przysmakiem całych rodzin.

**Kontakt dla mediów:**

**Jakub Głogowski**

**Communication Manager**

Kom.: + 48 605 971 135

E-mail: jglogowski@tarczynski.pl

**Grupa Tarczyński**

Tarczyński S.A. to innowacyjny producent wysokiej jakości wędlin, kabanosów, parówek i przekąsek białkowych. Tarczyński jest marką numer 1 w kategorii wędlin paczkowanych oraz liderem na rynku roślinnych zamienników mięsa. Co roku otrzymuje liczne wyróżnienia, a oferowane produkty są obecnie dystrybuowane do blisko 30 krajów świata na 3 kontynentach. Firma posiada własne laboratorium, zespół technologów, a także rozbudowany dział jakości oraz jeden z najnowocześniejszych parków maszynowych w Europie. Inwestuje w rozbudowę zakładu i zakup nowoczesnych, przyjaznych dla środowiska technologii.

1. Źródło: IRCENTER, ALFA GENERACJA, 2023 [↑](#footnote-ref-1)