



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ  
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPAŇ



POPAI  
AWARDS

89

## MÁJKA - BIATLONOVÁ KAMPAŇ

**Zadavatel:** Orkla Foods Česko a Slovensko, a. s.

**Příhlašovatel:** Orkla Foods Česko a Slovensko, a. s.

**Autor:** Ferrat International Czech s.r.o.



### Cíl a pozadí projektu

Hamé je hlavním partnerem českého biatlonu, který je nejsledovanějším zimním lyžařským sportem. Pro komunikaci kampaně využívá známou tvář úspěšného biatlonisty – Michala Krčmáře. Hamé je také lídrem na trhu s trvanlivými masovými paštikami - českému biatlonu fandí Májka, rodinná svačina. To vše jsme spojili a vytvořili shop in shop, kterému dominuje žlutá barva typická pro Májku - barva, kterou spotřebitelé dobře znají z regálů. Claim celé kampaně je „Vezmi si zlatou!“. Dominantním 3D prvkem je medaile a běžky, doplněná sportovcem. Celá kampaň měla 360° podporu a visibilita Májky byla díky své barvě nepřehlédnutelná. Cílem vystavení bylo podpořit povědomí o partnerství Hamé a zvýšit prodeje celé kategorie paštik.

### Strategické řešení

Podpora kampaně Biatlon 2023 za kategorií trvanlivých paštik s využitím známých tvář (biatlonistů) – Michal Krčmář. Cílem je zviditelnění produktu (paštik Májka) v rámci dané kampaně. Pro silnější propojení s tradicí a českostí jsme přidali motiv trikolory. 360° kampaň - TV sponzoring, PR články, sociální média, instore podpora. Kampaň je navržena tak, abychom využili synergie biatlonu a značky Hamé, dlouhodobého partnerství jehož základem je „vítězství“.

### Kreativní řešení

POS stojan ve tvaru kruhu evokující jak tvar medaile, tak i typický tvar Májky. Pro komunikace kampaně napříč celým trhem využíváme známou tvář úspěšného biatlonisty Michala Krčmáře. Claim „Vezmi si zlatou!“ ve spojení s fotografií Michala, jak se řítí na trati, podporuje sportovního ducha a povzbuzuje k vítězství. Zároveň má tento dvojsmyslný claim pobídnout spotřebitele, aby si vzali svoji zlatou Májku. POS stojan byl navržen tak, aby byl jednoduchý, na první pohled jasně čitelný, ale zároveň provokuje stejně jako claim k dvojsmyslnosti - tvar stojanu evokuje jak klasický tvar Májky, tak i tvar medaile. Tento dojem podtrhuje trikolora, která lemuje horní část stojanu.

### Výsledky projektu

Shop in shop byl součástí 360° podpory napříč celým trhem. Tyto stojany byly umístěny nejenom na prodejních Albert, ale i na vybraných prodejních tradičního trhu. Kampaň nadále prohlubuje propojení značky Hamé s biatlonem. Celkový zásah kampaně vedl k nárůstu prodejů o 34% oproti loňskému roku.