

#KAMPANIA 1 „Polski pomidor - Zwyczajnie Niezwykły”

#KAMPANIA 2 „Stawiam na polskie pomidory II”

Dla Stowarzyszenia Producentów Pomidorów i Ogórków pod Ostunami przeprowadziliśmy dwie kampanie informacyjno – promocyjne „Polski Pomidor – Zwyczajnie Niezwykły” oraz „Stawiam na polskie pomidory II”. W ramach kampanii „Polski Pomidor – Zwyczajnie Niezwykły” zrealizowaliśmy projekt „Hotelowy Poczęstunek”. Wspólnym celem tych kampanii była promocja pomidorów pochodzących od polskich producentów oraz wskazanie beneficjentom obu kampanii „wyższości” polskich pomidorów nad importowanymi. Wykonaliśmy m. in.:

#PROJEKT LOGOTYPU

Dla kampanii „Polski pomidor – Zwyczajnie Niezwykły” stworzyliśmy logotyp oraz hasło.



#STRONY WWW

Zadbaliśmy o stworzenie i aktualizację stron internetowych wypełnionych ciekawostkami i przepisami kulinarnymi promującymi polskie pomidory:
www.polskipomidor.pl, www.hotelowypoczystunek.pl.



#FANPAGE

Główny Fanpage kampanii „Polski pomidor” - 74 posty, 1 300 000 wyświetleń.
Fanpage do podprojektu „Hotelowy poczęstunek” - 20 postów, 236 000 wyświetleń.
Fanpage „Stawiam na polskie pomidory II” - 74 posty 3 801 000 wyświetleń.
Łącznie 168 postów, 5 337 000 wyświetleń.



#GADŻETY REKLAMOWE

Na potrzeby obu kampanii przygotowaliśmy łącznie około 9 000 szt. „pomidorowych” gadżetów.



brelok latarka
1 000 szt.



balony
1 000 szt.



brelok dwustronny
3 000 szt.



brelok z grawerem
100 szt.



torba składana
1 000 szt.



antystres
3 000 szt.



koszulki, spodenki
700 szt.



eko notes
1 000 szt.

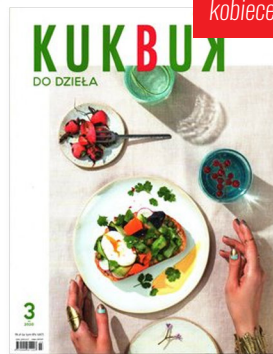


brelok Polska
1 000 szt.



6 m

balon pneumatyczny
z oznakowaniem



Kukbuk
43 000 nakładu



Miasto Kobiet
12 000 nakładu



Poradnik Domowy
255 000 nakładu



Przyjać
274 000 nakładu



Hotelarz
4 000 nakładu



Rynek Turystyczny
5 000 nakładu



Hotelarskie Perły Rynku Turystycznego
10 000 nakładu



Świat Hoteli
6 000 nakładu

#POLIGRAFIA

Aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców w trakcie obu kampanii przygotowaliśmy i wydrukowaliśmy materiały poligraficzne.



#KAMPANIE INTERNETOWE

Obie kampanie promowaliśmy na najpopularniejszych polskich portalach: olx.pl, Onet.pl, Interia.pl, fakt.pl, dziennik.pl, wirtualnedia.pl, wprost.pl, radiozet.pl, smaker.pl, tvn24.pl i wielu innych.

Ilość wyświetleń dla obu kampanii – 4 295 932.

#BILLBOARDY

W kampanii „Stawiam na polskie pomidory II” wykorzystaliśmy reklamę typu outdoor – w 37 lokalizacjach zawisły billboardy promujące polskie pomidory.



#POKAZ GOTOWANIA

W unikatowym miejscu, jakim jest szklarnia należąca do jednego z polskich producentów pomidorów – firmy VegaPol, urządziliśmy plan filmowy i zrealizowaliśmy tam filmiki kulinarne. Duet świetnych kucharzy – **Łukasz Konik i Sebastian Cichy**, w otoczeniu krzaków pomidorów szklarniowych przygotowali wspaniałe potrawy. Powstałe materiały promowaliśmy na serwisie You Tube. Zostały one wyświetlone ponad 30 000 razy.



#UDZIAŁ W DOŻYNKACH PREZYDENCKICH W SPALE

W ramach kampanii „Stawiam na polskie pomidory II” podczas Dożynek Prezydenckich w Spale zorganizowaliśmy promocję polskich pomidorów. Stoisko SPPIOPO gościło znanego mistrza kuchni – **Łukasza Konika**, który na oczach odwiedzających przygotował ulubioną zupę wszystkich Polaków – pomidorową w nowatorskim wydaniu.



#TARGI INVEST HOTEL

Podczas Targów Invest Hotel klientowi zapewniliśmy:
 # wynajem powierzchni
 # projekt, budowę i wyposażenie stoiska
 # organizację prelekcji



#XIX DNI OGRODNIKA

Podczas XIX DNI OGRODNIKA klientowi zapewniliśmy:
 - udział hostess
 - wynajem powierzchni stoiska i jego infrastruktury
 (namiot, balon reklamowy, plakaty, ulotki, gadżety).

#BITWA POMIDOROWA

Podczas Bitwy Pomidorowej klientowi zapewniliśmy:
 - udział hostess
 - wynajem powierzchni stoiska i jego infrastruktury
 (namiot, balon reklamowy, plakaty, ulotki, gadżety)

