



Pokochaj olej rzepakowy jeszcze mocniej

Olej rzepakowy to źródło cennych substancji: nienasyconych kwasów tłuszczowych omega-3 i omega-6, witaminy E i K. Jest też doskonałym dodatkiem do wielu potraw - przekonują organizatorzy kampanii promocyjno-informacyjnej pt. *Pokochaj olej rzepakowy*, której 2. edycja właśnie się rozpoczyna. Tym, którzy zastanawiają się, czy warto zmienić swoje przyzwyczajenia kulinarne i zaprosić do swojej kuchni olej rzepakowy, odpowiadają: zdecydowanie tak!

Znów będą popularyzować olej rzepakowy

Organizatorzy kampanii chcą zwiększać świadomość konsumentów na temat tego, jak ważne miejsce w codziennej diecie i profilaktyce zdrowotnej zajmuje olej rzepakowy. Organizatorem, podobnie jak przy pierwszej edycji, jest Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju, przy wsparciu Komisji Europejskiej oraz Agencji Rynku Rolnego. Organami wdrażającymi program będą warszawska agencja Marketing & Communications Consultants i dom mediowy Media On. Kampania będzie realizowana na rynku polskim i słowackim.

Olej rzepakowy zyskuje fanów

Pierwsza edycja kampanii odniosła wielki sukces. Jak pokazały badania¹, podsumowujące efekty programu, olej rzepakowy zyskał uznanie w oczach polskich konsumentów. Po trzech latach edukacji o walorach oleju rzepakowego, dwukrotnie wzrosła ich świadomość na temat zawartości kwasów omega-3 w tym oleju, a aż 8 na 10 z nich zaczęło postrzegać olej rzepakowy jako wartościowy tłuszcz. Okazało się, że konsumenci nie tylko więcej wiedzą o zaletach oleju rzepakowego, ale również chętnie z niego korzystają. Ponad 70% konsumentów przynajmniej raz w tygodniu sięgało po olej rzepakowy podczas przygotowania potraw.

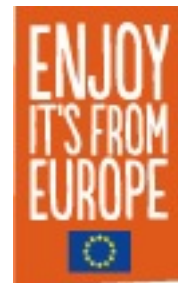
Medialna kariera oleju rzepakowego

Kontynuacja trzyletniego programu nie może obejść się bez wsparcia medialnego i marketingowego. Jeszcze w tym roku olej rzepakowy zagości na łamach prasy poradnikowej, zdrowotnej i kobiecej. W planach są konferencje oraz briefingi dla mediów regionalnych oraz wydawnictw, jak i działania promocyjne w punktach sprzedaży detalicznej, np. degustacje. Reaktywowany zostanie cieszący się dużą popularnością facebookowy profil „Miej więcej oleju w głowie”, a dodatkowym wsparciem ma być nowość w postaci kanału Google+. O zaletach oleju



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ ORAZ
RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ





będą też mówić znani blogerzy. Zaplanowano ponadto działania na platformie edukacyjnej i komunikację z dietetykami. Gratką dla fanów polskich seriali, którzy kochają olej rzepakowy, będzie współpraca z TVP. Można się spodziewać, że olej rzepakowy wystąpi gościnnie w jednej z jej sztandarowych produkcji.

Wiedzą, dlaczego warto wybierać olej rzepakowy

Podobnie jak w pierwszej edycji programu, kampanię medialną będą wspierać autorytety w dziedzinie żywienia. Jej ambasadorem zostanie ponownie Katarzyna Bosacka - dziennikarka znana z programu „Wiem, co jem i wiem, co kupuję”. Zapleczem i wiedzą merytoryczną służyć będzie Rada Programowa, w której zasiądą specjaliści z dziedziny żywienia i dietetyki. Na czele rady stanie jej przewodniczący, prof. dr hab. Krzysztof Krygier - Kierownik Zakładu Technologii Tłuszczów i Koncentratów Spożywczych na Wydziale Nauki Żywności SGGW w Warszawie, specjalista w zakresie technologii żywności i żywienia człowieka, a w szczególności nauki o tłuszczach.

W skład Rady wchodzi również:

- prof. dr hab. Wiktor B. Szostak - przedstawiciel Instytutu Żywności i Żywienia, specjalista w zakresie chorób wewnętrznych i dietetyki;
- prof. dr hab. Piotr Socha - kierownik oddziału Gastroenterologii i Hepatologii w Klinice Gastroenterologii, Hepatologii i Żywienia Centrum Zdrowia Dziecka, specjalista w zakresie żywienia dzieci i chorób związanych z układem pokarmowym;
- prof. dr hab. Artur Mamcarz- kardiolog, kierownik III Kliniki Chorób Wewnętrznych i Kardiologii Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego.

Kampania zyskała również wsparcie merytoryczne poważanej instytucji eksperckiej - Instytutu Żywności i Żywienia, który od lat jest niekwestionowanym autorytetem w zakresie żywienia człowieka.

Więcej informacji udzieli Państwu:

Katarzyna Haładej

Marketing & Communications Consultants

e-mail: haladej@mccconsultants.pl

tel.: (+48) 728 397 225



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
WSPARCIU UNIJI EUROPEJSKIEJ ORAZ
RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ





¹ Badanie przeprowadzone w 2013 roku przez GFK, na reprezentatywnej grupie osób - próba badawcza =600.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ ORAZ
RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja
Rynku
Rolnego

