

Propagačná kampaň Slovenskej mliečnej rodiny

Podpora zvýšenia znalosti a spotreby slovenských mliečnych výrobkov je hlavným cieľom aktivít realizovaných z Mliečného fondu. Propagačnú kampaň realizujú slovenskí prvovýrobcovia spolu so slovenskými spracovateľmi mlieka aj v roku 2022. Propagácia prebehne v televízii, v online, na sociálnych sieťach, na miestach predaja aj v PR a ponese názov Slovenský ovál.

Nový TV spot bude vysielaný v 1. vlne v júni a v 2. vlne na jeseň, koncom augusta a v septembri. Televízna kampaň bude podporená silnou online kampaňou, a kampaňou na sociálnych sieťach aj na miestach predaja. Aktuálne horúce témy v rámci sektora mlieka komunikujeme cez PR. Plánujeme byť partnerom súťaží Hovorme o jedle a Podpor svoj odbor, určených pre základné a stredné školy. Úspešný projekt Adoptuj kravičku s cieľmi vypestovať u detí správne stravovacie návyky, vypestovať u nich vzťah ku zvieratám, a vychovať si novú generáciu spotrebiteľov naďalej edukuje deti v predškolskom a školskom veku. Do konca mája ešte beží školská súťaž. Hlavnú výhru – školské ihrisko získa škola a škôlka s najväčším počtom zapojených tried. Spomedzi tried odmeníme hodnotnými cenami 5 školských a 5 škôlkarských tried. Do tejto súťaže sa zapojilo 18 506 tried.

Propagačná kampaň Slovenský ovál

Dnes 53% populácie Slovenska vie identifikovať slovenský mliečny výrobok. Našou ambíciou je dosiahnuť kampaňou min. 60 %-nú znalosť.

Propagačná kampaň 2022

- 1. vlna: od 1. júna do 30. júna, TV, online kampaň, sociálne siete, PR
- 2. vlna: od 25. augusta do 11. septembra, TV, online, reklama na mieste predaja, sociálne siete, PR



Školská súťaž Adoptuj kravičku

Súťaž je určená pre škôlky a základné školy. Najaktívnejšia škola/škôlka môže vyhrať hlavnú cenu – školské ihrisko. 5-5 tried odmeníme hodnotnými cenami. Trvanie od 9/2021 – 6/2022

- počet zapojených kolektívov/tried: **1 198**
- počet zapojených detí: **18 506**
- počet zadaných EAN zo slovenských mliečnych výrobkov: **1 145 740**

Korporátna komunikácia

Tlačovými správami upriamujeme pozornosť na situáciu v sektore mlieka.

