

Nie len saláma, ale aj módne kúsky: Tauris v novej kampani predstavuje chutnú kolekciu pod značkou ZIPSER

Na slovenský trh s mäsovými výrobkami prichádza suchá saláma najvyššej kvality ZIPSER. Výrobca Tauris spolu s ňou predstavuje aj kolekciu originálneho merchu, ktorou chce osloviť najmä mladšiu cieľovú skupinu a odkázať jej, že saláma nepatrí len do „lepeňáka“.

Suchá saláma je produkt, ktorý si zaslúži našu pozornosť. „Spôsobom spracovania a svojou kvalitou patrí k vrcholom mäsiarskeho remesla, ktoré si vyžaduje roky skúseností. V kampani preto chceme pozdvihnúť tento výrobok na úroveň, ktorú si zaslúži a vyvrátiť stereotyp, že suchá saláma patrí iba do tradičných „lepeňákov“. Ide totiž o jednu z gastronomických lahôdok, aké poznáme napríklad v Taliansku či Španielsku pod názvom prosciutto,“ približuje cieľ kampane marketingová riaditeľka Tauris Group Iveta Štefánová.



Salámové tričká, mikiny či ľadvinky sú len malou ochutnávkou toho, čo bude tvoriť kolekciu jedinečného kampanového merchu. Jednotlivé kúsky bude možné vyhrať na sociálnych sieťach Taurisu alebo ich nájsť v špeciálnych produktových baleniach ZIPSER Mystery Boxoch. Spotrebiteľia sa môžu tešiť aj na špeciálnu edíciu ponožiek, odznakov alebo sviečok, ale aj na originálny ZIPSER lopárik, s ktorým sa pochutnávanie na saláme a iných dobrotách stane pastvou nie len pre chuťové poháriky, ale aj pre oči.

S nápadom prišla agentúra MUW Saatchi & Saatchi. „Launchovať mäsové produkty tak, aby to bolo zaujímavé pre mladých, nie je ľahká úloha. Do kampane sme preto chceli dostať niečo výrazné, kontroverzné a salámová kolekcia merchu nám prišla tak akurát wtf.“ vysvetľuje Creative director Martin Krafčík.

O photoshooting ku kampani sa postaral talentovaný bratislavský fotograf a režisér [Lousy Auber](#).

Kampan bude podporená aj v PR a kreatívnou výzvou v spolupráci s dnes_jem. Potenciál ZIPSER salámy ukážu aj známi foodblogeri. Spotrebiteľom rozšíria obzory a zo salámy spraví vďaka foodstylingu skutočný gastrozážitok, ktorý si podmaní hneď niekoľko zmyslov.

„ZIPSER saláma je novinka zo skupiny fermentovaných trvanlivých tepelne neopracovaných mäsových výrobkov, ktorá si to ako prvá sušené saláma namierila do prémiovej rady produktov ZIPSER. Jej kúzlom je založené na tradičnom recepte, prirodzenej fermentácii a dlhom kvalitnom dozrievaní. Výnimočnosť novej ZIPSER salámy je podčiarknutá jemnou mozaikou na reze v súzvuku s výraznou mäsovou arómou a chuťou, ktorá sa dá dosiahnuť iba prirodzeným 4 týždňovým zrením. Ďalším znakom jej exkluzivity je originálny textilný technologický obal s nepravidelnou štruktúrou a tiež to, že má 40 dňovú trvanlivosť,“ dodáva marketingová riaditeľka Tauris Group Iveta Štefánová.

Novú kolekciu originálnych suchých salám už nájdete vo vašich predajniach.

Vizitka kampane:

Creative Director: Martin Krafčik

Art Director: Jakub Svetlík, Marek Sivy

Copywriter: Martin Krafčik

Strategy Planner: Klaudia Linkeschová

Account Director: Zuzana Záziková

Fotograf: Lousy Auber

PR agentúra: PR Clinic