

**Ребрендинг McDonald's займется Leo Burnett**

07 августа 2014, Россия, Москва

Источник: sostav.ru



Смена имиджа сети запланирована на конец 2014-начало 2015. Агентство Leo Burnett получило право на разработку проекта ребрендинга сети ресторанов быстрого питания McDonald's. Концепция рекламной кампании будет разработана к концу текущего года или началу следующего, сообщает AdAge со ссылкой на информированные источники.

На прошлой неделе представители Leo Burnett встречались с руководством McDonald's для того, чтобы обсудить проект, а также сроки его запуска. Ранее за креативную стратегию крупнейшей в мире сети фаст-фуда отвечало DDB. Рекламным сопровождением ребрендинга будут заниматься оба агентства.

McDonald's приняла решение провести ребрендинг в связи с замедлением продаж и активностью конкурентов вроде быстрорастущей Chipotle Mexican Grill. При этом речь идет не столько о внешних изменениях (логотипе, дизайне), сколько о поиске новых стандартов в качестве, обслуживании, маркетинге и меню.

В последние годы сеть критиковали за уровень сервиса, «недиетичность» продуктов, отсутствие ярких новинок, которые бы подстегнули продажи.

КОМПЕТЕНТНОЕ МНЕНИЕ:

Анастасия Комарова, INFOBTL - первый образовательный проект для BTL'щиков, основатель

<<Рискованную позицию занял McDonald's. Вкладываясь в ребрендинг и увеличение количества обслуживающих бренд рекламных агентств, когда правительство громко заявляет о возможном закрытии сети и озвучивает довольно веские причины (а не озвучивает, еще более веские) – очень рискованно. На мой взгляд, критика этой сети фаст-фуда, действительно не случайна и никак не связана с политической ситуацией. Действительно качество продукции и обслуживания упало. Раньше «Макдак» был однозначным синонимом «быстрого перекуса» и «хочется чего-нибудь вредного», но сейчас, и я, и мои знакомые, выбрали себе альтернативы по вкусу.>>

**Сады Придонья запустили новую рекламную кампанию марки "Спелёнок"**

11 августа 2014, Россия, Москва

Источник: fruitinfo.ru



11 августа на федеральных каналах РФ стартовала рекламная кампания с новыми роликами «Прямо с ветки» и «Прямо с грядки» в поддержку марки «Спелёнок».

Новый слоган марки Спелёнок: «Мы знаем, как растить. Спелёнок» очень точно позиционирует продукцию детского питания Спелёнок в ряду конкурентов. Идея двух 20-секундных роликов проста и понятна даже ребёнку: «Спелёнок» делается из самых свежих яблок и овощей — и это практически то же самое, что лакомиться ими «прямо с ветки» или «прямо с грядки».

Каждая мама хочет своему малышу здоровья и доверяет только натуральным продуктам. «Спелёнок» – двойной эксперт: он знает всё про питание малышей и знает, как сделать его натуральным и безопасным.

Марка «Спелёнок» - это детское питание для самых маленьких от компании «Сады Придонья». Она представлена широким ассортиментом продуктов для сбалансированного питания и здорового развития детей раннего возраста – соковая продукция, фруктовые и овощные пюре, каши, детская вода.

Именно наличие собственной сырьевой базы у производителя – компании «Сады Придонья», контроль агротехники выращивания плодов и овощей, выбор сырья для детского питания «Спелёнок», высокая технологичность производства и профессионализм сотрудников гарантируют главное – безопасность, качество и вкусовые свойства выпускаемой продукции.

Коммуникационная стратегия и креативная идея: DENTSU-SMART.