



15 grudnia 2011 r.

Komunikat prasowy

Kampanie marek CIN&CIN, EL SOL, Michel Angelo i PICCOLO.

Siłą AMBRY są marki. Swój sukces zawdzięczają budowanej od lat więzi z konsumentem. Służą temu prowadzone przez AMBRĘ – nie tylko lidera rynku wina, ale również lidera w komunikacji swoich marek – działania promocyjne. Właśnie ruszyły nowe kampanie informacyjne naszych najważniejszych marek: CIN&CIN, EL SOL, Michel Angelo i PICCOLO.

Tegoroczne kampanie marek AMBRY są jednymi z najsilniejszych przedsięwzięć mediowych w historii tych marek i rynku wina w Polsce. „Jesteśmy intensywnie obecni w spotach emitowanych w licznych kanałach telewizyjnych, mediach społecznościowych oraz punktach sprzedaży. Intensywne wsparcie ma na celu nie tylko długoterminowe wzmocnienie siły marek CIN&CIN, EL SOL, Michel Angelo czy PICCOLO, ale również przyspieszenie wzrostów ich sprzedaży na polskim rynku” – podkreśla Prezes AMBRA S.A. Robert Ogór. Kampanie telewizyjne marek CIN&CIN, EL SOL i Michel Angelo prowadzone są jako działania sponsoringowe - marki zapraszają na turniej tańca Cin & Cin Polish Cup, który odbędzie się 10-11 listopada 2012 roku w hotelu Hilton w Warszawie.

"Agentki Cin & Cin"

"Agentki Cin & Cin" to tytuł nowej kampanii telewizyjnej tej marki win musujących i wermutów. 30- i 15-sekundowe spoty będą emitowane w TVN oraz kanałach tematycznych kierowanych do kobiet. Kampania zostanie wsparta działaniami w mediach społecznościowych oraz aktywnościami w punktach sprzedaży. - Będzie to najsilniejsza z dotychczasowych kampanii telewizyjnych Cin & Cin. Potrwa aż sześć tygodni. Chcemy podkreślić w niej kobiecy charakter marki i dlatego zdecydowaliśmy o przeprowadzeniu jej w TVN oraz telewizyjnych kanałach tematycznych skierowanych do pań – mówi Tomasz Gasiński, senior brand manager w Ambra SA odpowiedzialny za markę Cin & Cin.

EL SOL – „Po stronie słońca”

Marka win stołowych EL SOL zabiera odbiorców kampanii w podróż po miasteczkach południowej Europy w optymistycznych, wakacyjnych klimatach pod hasłem „Po stronie słońca”. Celem kampanii jest kontynuacja strategii dalszego wzmocnienia pozycji rynkowej EL SOL w kategorii win spokojnych. Kampania potrwa do 31 grudnia 2011 r. i obejrzy ją prawie 4,6 mln osób.

„Poznaj Michel Angelo” – pierwsza kampania telewizyjna marki

Kampania telewizyjna win musujących Michel Angelo pt. „Poznaj Michel Angelo”, rozpoczęła się 12 grudnia i potrwa do końca br. Przygotowane spoty sponsorskie mają charakter wizerunkowy i stanowią kolejny etap relaunchu marki, który rozpoczął się 1 listopada wejściem na rynek Michel Angelo w nowych, eleganckich opakowaniach. Spoty podkreślają wizerunek marki, jako wina musującego stworzonego z myślą o ludziach ceniących piękno i lubiących się nim otaczać. Zdjęcia do kampanii były kręcone m.in. w Palermo na Sycylii, co ma na celu podkreślenie włoskiego charakteru produktu.



PICCOLO – „Tam, gdzie marzenia”

PICCOLO wykorzystuje w swojej kampanii promocyjnej pod hasłem „Tam, gdzie marzenia” fakt 18-letniej już obecności marki na polskim rynku i przedstawia ją w pełnym obliczu: inspirującym dzieci do uwolnienia wyobraźni i marzeń, a dorosłym - poprzez magię wspomnień - pozwalającym docenić kolory wyjątkowych chwil dzieciństwa, którym zapewne niejednym razem towarzyszyło Piccolo. Spot Piccolo zagości na ekranach TV prawie 1700 razy, a obejrzy go prawie 2 mln matek.

Grupa AMBRA

Grupa AMBRA jest czołowym producentem, importerem i dystrybutorem win w Europie Środkowej i Wschodniej. Tworzące ją spółki prowadzą działalność na rynkach Polski, Czech, Słowacji i Rumunii. Dorato, Cin&Cin, El Sol, Fresco, czy Piccolo to przykłady marek, które należą do Grupy i są liderami pod względem sprzedaży w swoich segmentach rynku.

Oferta AMBRA opiera się z jednej strony na winach własnych marek, które są produkowane przez Grupę lub na jej zamówienie w różnych krajach świata, a z drugiej na winach importowanych od największych producentów Francji, Włoch, Hiszpanii, Bułgarii, Chile, czy Australii.

Strategia rozwoju Grupy zakłada zwiększanie rentowności oraz przepływów pieniężnych i umacnianie pozycji lidera rynku wina w Europie Środkowej i Wschodniej.

W czerwcu 2005 r. AMBRA zadebiutowała na GPW. Jej głównym akcjonariuszem (ok. 61% akcji) jest niemiecki koncern Sektkellerei Schloss Wachenheim AG. Spółka ta to światowy lider w produkcji i dystrybucji win musujących. Jest notowana na giełdzie we Frankfurcie.

W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:

Piotr Kaźmierczak
Dyrektor Finansowy / Członek Zarządu AMBRA S.A.
Tel. +48 22 566 33 00
p.kazmierczak@ambra.com.pl

Katarzyna Koszarna
Manager Raportowania Finansowego i Relacji Inwestorskich
Tel. +48 22 566 33 00
k.koszarna@ambra.com.pl