

NewsIn

Agenția Odyssey a câștigat licitația pentru campania de educație alimentară difuzată gratuit

Agenția de publicitate Odyssey a câștigat vineri licitația pentru campania de educație alimentară realizată de International Advertising Association România (IAA) în parteneriat cu Consiliul Național al Audiovizualului (CNA), a declarat luni, pentru NewsIn, Victor Dobre, director executiv al IAA.

"Licitația a durat aproape o lună și s-a încheiat vineri. Agenția de publicitate Odyssey se va ocupa atât de partea de creație, cât și de strategia media. Campania va fi difuzată gratuit, întrucât este vorba despre o campanie socială", a declarat, pentru NewsIn, Victor Dobre.

Campania inițiată de IAA și realizată în colaborare cu CNA își propune să educe publicul în ceea ce privește alimentația sănătoasă și activitatea fizică. Campania va dura un an și se va desfășura la TV și radio, precum și outdoor și online. De asemenea, vor fi organizate mese rotunde, conferințe, sponsorizări de evenimente sportive, precum și mai multe activități de PR. "Campania va începe în cel mai scurt timp posibil, iar valoarea campaniei va sări peste un milion de euro", a declarat, pentru NewsIn, Victor Dobre. Bugetul campaniei este asigurat de companiile de alimente și băuturi răcoritoare membre în IAA și Romalimenta.

În cadrul campaniei a fost realizat și un studiu cantitativ pe un eșantion de peste 1.000 de persoane care a urmărit să identifice tendințele actuale în comportamentul de alimentație al consumatorilor români, iar rezultatele studiului au fost folosite pentru definirea mesajelor-cheie ale campaniei. Studiul a fost realizat de compania de cercetare GfK România, care a câștigat în luna mai licitația organizată de IAA pentru desemnarea firmei care se va ocupa de acest studiu. Campania de educație a publicului cu privire la alimentația sănătoasă pe care publicitarii au propus să o realizeze odată cu reglementarea publicității la alimente a fost aprobată în februarie 2007 de către Consiliul Național al Audiovizualului (CNA). În luna februarie a acestui an, CNA a votat mai multe modificări ale Codului audiovizualului care vizează publicitatea la alimente. Printre acestea se numără interzicerea folosirii de celebrități, personalități, medici sau personaje populare, cum ar fi cele din basme și povestiri, în reclamele la alimente destinate copiilor. Agenția de publicitate independentă Odyssey, controlată de Rompetrol Holding, s-a înființat în 2004 și gestionează clienți precum Rompetrol, ABN Amro, HAT România, Primola, KRKA și Omniasig.

International Advertising Association (IAA) România, înființată în 1993, reprezintă interesele industriei de media, publicitate și marketing din România. Printre obiectivele declarate ale IAA se află protejarea și promovarea libertății discursului comercial și a alegerii consumatorului, precum și încurajarea, practicarea și acceptarea autoreglementărilor din domeniul publicității. Reporter

Elena Stancu

Editor Catalina Chelu