



## NOTA DE PRENSA

### **ACTIMEL LANZA SU PRIMERA CAMPAÑA GLOBAL: ¡A POR EL DÍA!**

- La nueva campaña de Actimel basada en el concepto “resiliencia positiva” se lanza hoy en 14 países.
- Actimel apuesta por un tono de comunicación fresco y cercano que busca la complicidad del consumidor a través de un toque de humor.
- La nueva campaña, con creatividad de Y&R global y planificación de medios de Mediacom, implicará un radical cambio de imagen de marca.
- Actimel es consumido diariamente por 1,5 millones de españoles.

**Madrid, 4 abril de 2016** -. Actimel presenta hoy a nivel internacional su **primera campaña de comunicación global** basada en el concepto “resiliencia positiva” (*positive resilience*). La nueva imagen de Actimel adquiere un tono más emocional centrándose en una forma positiva de enfrentarse a la vida. Con ¡A por el día!, la marca promueve una actitud activa y entusiasta con la que poder afrontar los momentos difíciles del día a día con una sonrisa. Esta nueva propuesta se basa en sentimientos y experiencias cotidianas de los consumidores y, mediante un tono divertido, muestra situaciones diarias que podrían poner a prueba el buen humor, tales como levantarse un lunes para ir a trabajar o soportar los retrasos y las aglomeraciones del transporte público.

Javier Gutiérrez Sánchez, Brand Manager de Actimel, explica que: “Esta nueva apuesta de comunicación se lanza hoy en 14 países simultáneamente y comporta un sustancial cambio de imagen de marca. Actimel es consumido diariamente por 1,5 millones de españoles. Por ello, nos interesa conectar con nuestros consumidores con una propuesta fresca y muy diferente de nuestras campañas anteriores. Todos podemos identificarnos con las situaciones que se reproducen y justamente eso es lo que hace que esta propuesta sea tan cercana.”

#### **Sobre la campaña**

Con creatividad de Vinizius Y&R global y planificación de medios de Mediacom, se realizará un despliegue transmedia para el lanzamiento de la nueva campaña que se apoyará en varias plataformas y activaciones estratégicas: TV, digital, redes sociales, street marketing y punto de venta. Además, el lanzamiento estará apoyado por samplings masivos en los que se van a repartir un total de **800.000 unidades de producto**.

#### **Para más información (Tinkle):**

Lorena Corfas | [lorfas@tinkle.es](mailto:lorfas@tinkle.es) | 630 043 239  
Cristina Verdú | [cverdu@tinkle.es](mailto:cverdu@tinkle.es) | 673 225 700 77



## Televisión

La **nueva campaña** se lanza este lunes 4 de abril en televisión con dos piezas distintas en formato de 30, 45 y 85 segundos. Bajo el lema “A por el día”, la nueva comunicación de Actimel versará sobre historias de personas reales que afrontan con positividad, buen humor y energía los desafíos de su día a día.

## Digital

Además de medios convencionales, la campaña dará también un peso importante a los soportes digitales con nuevos formatos que buscan ofrecer experiencias interactivas y potenciar la participación de los consumidores. La campaña se apoyará con el lanzamiento de una web de Actimel a nivel global, [www.actimel.es](http://www.actimel.es), así como la apertura de los canales sociales ([Twitter](#), [Facebook](#) y [Youtube](#)) de la marca en España. Asimismo, se realizarán acciones especiales en las plataformas de varios medios de comunicación online y aplicaciones móviles.

## Street Marketing en las estaciones de Metro

La marca instalará OPis tradicionales y en formato digital en las principales estaciones de metro de Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia. A través de este soporte, se trasladará el espíritu de la nueva campaña al consumidor y se irán adaptando los mensajes según el momento del día. Además, se instalarán OPis en autopistas y se decorarán autobuses de Madrid y Barcelona.

El broche de oro de esta apuesta por el espacio público tendrá lugar en la estación de metro de **Nuevos Ministerios** en Madrid. Mediante esta acción, la marca dará un nuevo look a la estación desplegando su nueva imagen marcada por un nuevo componente de color en sus diseños y un toque de humor muy característico. Asimismo, durante el transcurso de esta acción, se ubicarán puntos de reparto de sampling donde los consumidores podrán disfrutar de Actimel y recibirán chapas con mensajes divertidos y positivos.

## Banda de música

Para el lanzamiento de su nueva campaña, Actimel ha creado el grupo musical **[¡A por el día band!](#)**. Se trata de una banda de cinco jóvenes de distintas nacionalidades que la marca ha juntado para cantar sobre esos momentos de la vida en los que se necesita un extra de motivación y de energía positiva. Con una mezcla de música entre blues/folk, los ¡A por el día band! cantan a los momentos difíciles con sentido del humor, ayudando a adoptar una actitud que permite ver el lado bueno de la vida.

### **Para más información (Tinkle):**

Lorena Corfas | [lorfas@tinkle.es](mailto:lorfas@tinkle.es) | 630 043 239  
Cristina Verdú | [cverdu@tinkle.es](mailto:cverdu@tinkle.es) | 673 225 700 77



## Nueva imagen

El lanzamiento de ¡A por el día! viene acompañado de un **nuevo logo** que incorporará el color rosa. Con esta nota de color, la marca pretende alinear su imagen visual con el nuevo posicionamiento.

Además, Actimel lanzará un **nuevo packaging** con mayor presencia de los colores relacionados al sabor del producto. El objetivo de esta iniciativa es que los distintos colores ayuden a distinguir mejor la gama de sabores de Actimel. En esta línea, la tapa del botellín tendrá el color asociado al sabor: color naranja para multifrutas, color rojo para fresa...

## Punto de venta

También en el punto de venta se llevará a cabo un gran despliegue mediante impactantes visuales en los lineales, acciones especiales en las secciones de desayuno y la presencia de anuncios en las entradas de **3.000 puntos de venta**.

Para más información:

[www.actimel.es](http://www.actimel.es)

Facebook: <https://www.facebook.com/actimelespana/?fref=ts>

Twitter: [https://twitter.com/Actimel\\_es](https://twitter.com/Actimel_es)

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UCjUwUfddZh9iRHHuKs\\_pjA](https://www.youtube.com/channel/UCjUwUfddZh9iRHHuKs_pjA)

### Sobre Danone:

DANONE es líder mundial en productos lácteos, aguas embotelladas y otros destinados a la alimentación infantil y clínica con más de 900 millones de consumidores. Isaac Carasso creó en Barcelona en 1919 la primera fábrica en el mundo de yogur industrial, para consumo generalizado. El grupo tiene hoy presencia en 140 países. En España tiene plantas de producción en Madrid, Barcelona, Asturias y Valencia, que abastecen diariamente a 40.000 comercios y más de 11 millones de hogares.

[www.actimel.es](http://www.actimel.es) | [www.danone.es](http://www.danone.es) | [www.prensadanone.es](http://www.prensadanone.es)

### **Para más información (Tinkle):**

Lorena Corfas | [lorfas@tinkle.es](mailto:lorfas@tinkle.es) | 630 043 239  
Cristina Verdú | [cverdu@tinkle.es](mailto:cverdu@tinkle.es) | 673 225 700 77