



gloria.hr



BreaKING rules! – stvori vlastita pravila uz King

Prošla je godina u najmanju ruku bila drugačija, ali je isto tako svima pokazala da promjene mogu biti i dobre. Upravo na valu tih promjena King je lansirao novu kampanju BreaKING rules koja potrošače poziva da žive život uz poruku – stvorite svoja vlastita pravila i istaknite se u masi!

Kampanja zagovara tezu da svaki pravi vladar zna da određena pravila postoje samo da bi se kršila, stoga je King odlučio stvoriti svoja, vlastita pravila kroz koja poručuje da je za uživanje u životu važno stvarati okruženje koje ne sputava, već dozvoljava da budemo sretni i ispunjeni.

King je novom kampanjom ponajprije predstavio velik broj novih formata i proizvoda kojima je uživanje u omiljenom sladoledu omogućeno u različitim prilikama i situacijama, a čime je „prekršeno pravilo“ da na tronu postoji samo jedan kralj.



FOTOGRAFIJE: LEDO

Uz dobro poznate King štapiće i čašice koje su lansirane prošle godine, potrošači od ove godine mogu uživati i u neodoljivim King kometima. Proizvodi su to koji predstavljaju savršenu poslasticu i idealan izbor za trenutak u danu koji želimo odvojiti samo za sebe - za kratki predah od užurbane svakodnevnice ili kada je potreban val dobrog raspoloženja u obliku ukusnog sladolednog deserta.

Za još veću radost dijeljenja, King je proširio i asortiman multipakiranja pa se tako tijekom ljeta uz King Double, može uživati i u praktičnim King Excite i Obsession multipakiranjima, dok će tople, ljetne večeri u dvoje upotpuniti King čaše od 450 ml.

Najveća inovacija u King asortimanu te nositelj cijele BreaKING rules kampanje ove godine zasigurno je King Ruby štapić – sladoled okusa prženog badema s unutarnjim i vanjskim preljevom od prirodne, ružičaste Ruby čokolade, koji krši pravilo da



čokolada mora uvijek biti tamna ili bijela.



FOTOGRAFIJE: LEDO

Svi spomenuti King proizvodi ove su godine predstavljeni u novom, upečatljivom i koloritnom ruhu, inspiriranom dizajnom King čašica. Riječ je o dizajnu za koji je prošle godine osvojena prestižna Red Dot nagrada, a koji je prepoznat i na ovogodišnjem nacionalnom natjecanju u kreativnosti tržišnih komunikacija **IdejaX**, gdje su King čašice osvojile čak dvije nagrade za dizajn i branding.

Uz poruku „BreaKING rules“ King sladoledi poručuju da uživati u životu ponekad znači prekršiti pravila poput toga da se ne treba isticati u masi, da je šutnja zlato ili da na svijet ne treba gledati svisoka, jer brojni životni trenuci ponekad moraju „zaobići“ pravila da bi bili još zabavniji. King poziva na odvažnost u životu te potiče sve da budu svoji i autentični.