

## POKAŻ JAKĄ BESTIĄ JESTEŚ I NASYĆ SWÓJ GŁÓD

**Powiększ zestaw Big King XXL, wygraj wykonanie tatuażu w profesjonalnym studiu i bilety na Heineken Open'er Festival**



Drzemie w Tobie tygrys, a może ukrywa się smok? Burger King nagradza odważnych klientów, którzy odkryją swoją zwierzęcą naturę. Od **2 marca do 3 maja** br. trwać będzie kampania „**Nakarm bestię w sobie**” promująca burgery Big King XXL i Big King XXL Chilli Cheese. Kampanii towarzyszą konkursy, w których można wygrać wyjątkowe nagrody. W konkursie „Pokaż jaką bestią jesteś” można wygrać 10 voucherów do studiów tatuażu, o wartości 1500 złotych każdy. Zwycięzcy konkursu na portalu Facebook.com otrzymają 10 zaproszeń na Heineken Open'er Festival. Za koncepcję kreatywną i prowadzenie kampanii oraz przygotowanie internetowej strony konkursowej odpowiada agencja FireFly Creation. Działania PR prowadzi agencja Solski Burson-Marsteller.

Konkurs „**Pokaż jaką bestią jesteś**” adresowany jest do wielbicieli tatuaży oraz wszystkich śmiałków, którzy podejmą wyzwanie i w ciekawy sposób wyzwolą ukrytą w sobie „bestię”. Aby zaważczyć o nagrody, wystarczy odwiedzić stronę internetową [www.nakarmbestie.com.pl](http://www.nakarmbestie.com.pl), wypełnić formularz i załączyć zdjęcie będące odpowiedzią na zadanie konkursowe – „Pokaż jaką bestią jesteś”. Spośród uczestników konkursu jury wyłoni zwycięzców, którzy otrzymają vouchery do studiów tatuażu. Szczegółowe informacje na temat konkursu, jego regulamin oraz adresy studiów tatuażu, w których będzie można zrealizować vouchery, znajdują się na stronie [www.nakarmbestie.com.pl](http://www.nakarmbestie.com.pl).

Od 9 marca rusza też konkurs dla fanów Burger King na portalu Facebook. W ramach powstającego fanpage'a stworzona zostanie aplikacja do umieszczania zdjęć tatuaży. 10 osób, których fotografie zdobędą najwięcej pozytywnych głosów („lubię to”), otrzyma zaproszenia na tegoroczny Heineken Open'er Festival. Fanpage umożliwi również wymianę informacji o tatuażach i poszukiwanie inspiracji do tworzenia nowych wzorów.

Za przeprowadzenie konkursu oraz przygotowanie aplikacji na fanpage marki na Facebooku odpowiada agencja brand karma.

Dodatkowo Burger King będzie nagradzał odważnych klientów, także w swoich restauracjach. Ci, którzy w trakcie składania zamówienia na zestaw Big King XXL wydadzą z siebie ryk godny prawdziwej bestii lub pokażą swój tatuaż, otrzymają za darmo powiększenie kupowanego zestawu.

**Dodatkowych informacji udzielają:**

**Anna Robotycka**

PR&CSR Manager

AmRest

e-mail: [anna.robotycka@amrest.eu](mailto:anna.robotycka@amrest.eu)

tel. +48 (71) 386 11 20

**Agnieszka Kropiwicka**

Account Manager

Solski Burson-Marsteller

e-mail: [akropiwicka@solskibm.pl](mailto:akropiwicka@solskibm.pl)

tel. +48 (22) 242 86 23



**Burger King** to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 52 lata temu i każdy klient może go zamówić według swoich upodobań, zgodnie z filozofią „Have it your way”. Pierwsza restauracja Burger King została otwarta w 1953 r. w Miami, na Florydzie. Sieć obejmuje 12.000 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a restauracje są zlokalizowane w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Opolu, Słupsku, Koszalinie, Poznaniu, Legnicy, Lubinie, Krakowie i Częstochowie.

Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com.pl/>

**AmRest Holdings SE (AmRest)** jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza 333 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dining) oraz KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint (w segmencie Quick Service Restaurants) w Polsce, Czechach, Bułgarii, Serbii, Rosji i na Węgrzech. W Stanach Zjednoczonych AmRest zarządza 104 restauracjami Applebee's (Casual Dining).

