

## **BURGER KING SOWICIE NAGRADZA PRAWDZIWE BESTIE**

**Tysiące osób wzięło udział w kampanii „Nakarm bestię w sobie” – miłośnicy Whopperów przesyłali zdjęcia swoich tatuaży, a w restauracjach Burger King nie wahali się odkryć drzemiących w nich bestii**

Kampania „**Nakarm bestię w sobie**” promująca burgery Big King XXL i Big King XXL Chilli Cheese, pokazała po raz kolejny, że fani legendarnych Whopperów nie boją się żyć zgodnie z ideą marki „Have It Your Way”, nawet jeśli oznacza to ujawnienie ich zwierzęcej natury. Kampanii towarzyszyły konkursy z atrakcyjnymi nagrodami.

Pierwszy z nich – „**Pokaż jaką bestią jesteś**” – kierowany był do wielbicieli tatuaży i wszystkich, którzy w oryginalny sposób wywołą ukrytą w sobie „bestię”. Do wygrania było 10 voucherów o wartości 1.500 złotych na wykonanie tatuażu w profesjonalnym studiu. Aby zaważać o nagrody, należało na stronie [www.nakarmbestie.com.pl](http://www.nakarmbestie.com.pl) załączyć zdjęcie będące odpowiedzią na zadanie konkursowe – „Pokaż jaką bestią jesteś”. W konkursie wzięło udział ponad **600 chętnych** na wykonanie bestialskiego tatuażu. **Zwycięzcy** zostali wyłonieni przez jury, ale również internauci mogli wyrażać swoją opinię na temat zgłoszeń konkursowych, przyznając im dodatnie lub ujemne punkty. Odwiedzając stronę konkursową oddali łącznie ponad 3,5 miliona głosów.

Z kolei w konkursie przeprowadzonym na portalu Facebook.com do wygrania było 10 zaproszeń na Heineken Open'er Festival. Aby wziąć w nim udział, wystarczyło dołączyć do fanów [Burger King Polska na Facebooku](#) i w odpowiedniej zakładce dodać zdjęcie swojego tatuażu. Ci, którzy zdobyli najwięcej pozytywnych głosów („lubię to”), otrzymali bilety na Heineken Open'er Festival. W czasie trwania konkursu aplikacja miała 30.000 aktywnych użytkowników miesięcznie.

Burger King nagradzał odważnych klientów również [w swoich restauracjach](#). Ci, którzy w trakcie składania zamówienia na zestaw Big King XXL wydali z siebie ryk godny prawdziwej bestii lub pokazali swój tatuaż, otrzymywali za darmo powiększenie kupowanego zestawu. Klienci popisali się swoją kreatywnością i odwagą oraz niestandardowym podejściem do zadania. Do tej pory wszyscy fani Whopperów zastanawiają się kim jest Patrycja.

**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

**Anna Marciniak**

Solski Burson-Marsteller

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

tel. +48 (22) 242 86 16

mob. +48 662 103 997



**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/>