



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 22 września 2011 r.



**IDEALNY
TELEWIZJI**

Start jesiennej



BURGER W

kampanii

22 września rozpoczyna się telewizyjna kampania reklamowa sieci Burger King. To druga odsłona kampanii tej marki, której hasłem jest slogan „Najlepszy, bo grillowany na ogniu”. Ogień i grill wciąż pozostają motywem przewodnim spotu telewizyjnego, który tym razem prezentuje także nową ofertę King Deal.

Burger King w spocie reklamowym kusi nowymi, atrakcyjnymi zestawami **King Deal**, które kosztują tylko 10 złotych i składają się z burgera Whopper Junior lub Crispy Chicken oraz frytek i napoju. Dotychczas King Deal dostępny był wyłącznie w mniejszym zestawie za 5 złotych. Od września dołącza do niego wersja powiększona, za 10 złotych.

„Celem jesiennej kampanii jest przede wszystkim poinformowanie naszych klientów o nowej, atrakcyjnej ofercie cenowej zestawów King Deal – mówi Bartosz Jędrasiak, Brand Manager Burger King. – Jednocześnie chcemy im przypomnieć, że idealny burger to Whopper®, bo jego głównym składnikiem jest 100-procentowa, grillowana na ogniu wołowina o wyjątkowym smaku. Mamy nadzieję, że kampania zachęci również nowych klientów, by wybrali się do jednej z naszych restauracji i sami przekonali się, że Whopper® jest rzeczywiście burgerem idealnym.”

15-sekundowe spoty wyświetlane będą do 2 listopada na antenie stacji ogólnopolskich: TVN, Polsat, TV4, TVN Turbo, Discovery, a także w tematycznych kanałach filmowych (Canal+, Ale Kino, Filmbox, Movies24, Zone Europa, Universal, AXN, 13th Street, Kino Polska), muzycznych (Vh1, Viva, MTV, Eska TV), sportowych (Canal+ Sport, Extreme Sports, Orange Sport Info, Sportklub) i



KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 22 września 2011 r.

przyrodniczych (National Geographic, Planete, Travel Channel), a także innych kanałach z sieci AtMedia.

Autorem kreacji kampanii jest agencja FireFly Creation. Produkcją spotu zajęła się firma Badi Badi fx studio, a za zakup i planowanie mediów odpowiada OMD Media Direction.

Burger King to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper® – powstał 53 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 ponad 12.200 restauracji w ponad 76 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a 23 restauracje tej sieci są zlokalizowane w 17 miastach, m.in. w Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Katowicach, Łodzi, Poznaniu, Szczecinie, Radomiu i Częstochowie.

Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com/pl/>
FanPage na portalu Facebook: <http://www.facebook.com/BurgerKingPolska>

AmRest Holdings SE (AmRest) jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza 310 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dinning) 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).

Dodatkowych informacji udziela:

Anna Marciniak

Manager

Solski Burson-Marsteller

e-mail: amarciniak@solskibm.pl

+48 (22) 242 86 16

+48 662 103 997