

När ni försöker bli fler



När ni blivit fler



2015-04-27 10:29 CEST

SIA Glass största kampanj någonsin - "När livet leker"

Inför sköna valborg och maj rullar SIA Glass ut sin i särklass största reklamkampanj någonsin, "När livet leker".

– Vi kommer att finnas i närheten när bilen går igenom besiktningen, när bortamatchen är bärgad, när grönskan slår ut, när livet leker. I glassbarerna såklart och i butikerna, men även i en bred och rikstäckande satsning där film och utomhusreklam är huvudmedia, säger Stefan Carlsson som är marknadschef på SIA Glass.

Det helsvenska familjeföretaget SIA Glass har funnits sedan 1961. Det är lätt att känna igen de vita, ovala förpackningarna med logotypen som symboliserar den svenska gräddglassens skyddsängel. Kampanjen "När livet leker" ska nu utmana glassjättarna och få fler att välja den halländska gräddglassen. – Kampanjen rullas ut veckan före valborgsmässoafton, som ju är Hans Majestät Konungens födelsedag.

Men livet leker andra dagar än högtids- och födelsedagar. Små glädjestunder är värda att fira. När lönen trillar in på kontot, när gästerna kommer – eller går hem för den delen. Vi ska nå målgruppen 25-55 i en bred kampanj i film, utomhusreklam, digitala och sociala medier, sponsring, events, roliga lock på glassförpackningar, aktiviteter i butiker och glassbarer över hela Sverige.

SIA Glass är en utmanare och det här är ett stort grepp för oss. Kampanjen är vår största någonsin och den slutar inte förrän sommaren är slut, säger Stefan Carlsson på SIA Glass. Reklamkonceptet och sommarens kampanj har tagits fram i samarbete med Lundberg & Co i Gävle.

SIA Glass är ett familjeföretag med hjärtat i halländska Slöinge. Företaget tillhör Bertekoncernen som är Sveriges äldsta familjeägda företag med anor sedan 1569. 1961 startade SIA Glass sin glasstillverkning och har idag ca 19 % av Sverigemarknaden.

All vår glass produceras i Sverige av svensk färsk grädde. SIA Glass låter miljötänkandet genomsyra produktionen. Vi lever på landet - naturligt och nära jordbruket. Det är en del av vardagen. Det handlar inte om tillfälliga trender utan om en medveten långsiktig hållning för framtiden. Vår ambition är att inom några år skapa ett eget klimateffektivt kretslopp.