

Grajewo, 30.09.2025 r.

**INFORMACJA PRASOWA**  
Redakcje: wszystkie/ lokalne/branżowe  
*można publikować bez podawania źródła*

**Wystartowała jubileuszowa kampania kultowego mleka. Łaciate obchodzi swoje 30-lecie**

**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpol rozpoczęła kampanię reklamową z okazji 30. urodzin mleka Łaciatego. Jej hasło przewodnie „Ale się zeszło!” w lekki i humorystyczny sposób akcentuje fakt długiej, bo trwającej już trzy dekady obecności marki na rynku, a co za tym idzie – w codziennym życiu Polaków.**

Idea kampanii opiera się na nostalgii i pozytywnych emocjach – Łaciate przypomina, że od lat towarzyszy kolejnym pokoleniom konsumentów w chwilach spędzanych przy wspólnym stole. Z drugiej strony w nowej akcji promocyjnej ukazane zostaje świeże, współczesne oblicze marki, łączące tradycję z nowoczesnym podejściem do marketingu.

W kampanijnym spocie reklamowym widzowie przenoszą się w idylliczny, mazurski krajobraz, którego elementem jest charakterystyczna Łaciata krowa. Towarzyszą jej inne, znane z wcześniejszych reklam zwierzęta – m.in. bocian, sarna czy lis. To ciepła, pełna humoru scena, która podkreśla naturalne pochodzenie Łaciatego i bliskość marki z przyrodą.

Przekaz obecny jest w telewizji, Internecie, przestrzeni outdoorowej, a także w warszawskim metrze i sferze gamingu. W efekcie Łaciate naturalnie pojawia się w przestrzeniach również dla młodszego pokolenia.

Ważnym elementem obchodów 30. urodzin Łaciatego są również specjalnie zaprojektowane opakowania mleka, które dzięki jubileuszowej grafice podkreślają wyjątkowy charakter tegorocznych działań.

– *Trzy dekady to ogromny kapitał zaufania, jakim Polacy obdarzyli markę Łaciate. Chcieliśmy, aby jubileuszowa kampania mleka Łaciatego była pełna emocji, bo to właśnie one łączą nas z konsumentami już od trzydziestu lat. „Ale się zeszło!” to opowieść o tym, że Łaciate jest częścią codzienności wielu z nas, bo towarzyszy nam przy porannej kawie, podczas posiłków, ale również wyjątkowych spotkań w gronie przyjaciół czy rodziny* – mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpol.

Łaciate w najnowszej kampanii kontynuuje spójną komunikację – opartą na rozpoznawalnym wizerunku, znanym od 1995 roku.

Choć idea kreatywna obecnie prowadzonych działań koncentruje się na mleku, to jubileusz 30-lecia obejmuje całą markę i pełne portfolio jej produktów: od wyrobów UHT oraz masła i śmietany, przez produkty bez laktozy, aż po jogurty funkcjonalne, desery i wyroby wysokobiałkowe.