

Grajewo, 07.10.2025 r.

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

**Kampania „Nowy w rodzinie” odświeża tradycyjną kategorię produktową SM  
Mlekpol  
  
Od tostów i dipów, przez fit obiady, po domowe serniki – twaróg jeszcze  
nigdy nie był tak często wykorzystywany we współczesnej kuchni! Na fali tej  
popularności Spółdzielnia Mleczarska Mlekpol rozpoczęła intensywną kampanię  
„Nowy w rodzinie”, której celem jest zainspirowanie konsumentów do  
odkrywania tego tradycyjnego produktu na nowo.**     
  
Kampania oparta jest na szerokiej komunikacji 360° i obejmuje: telewizję,  
digital, social media oraz aplikacje zakupowe. W październiku na antenach  
telewizyjnych pojawią się brandbuildingowe spoty (BBS), a w listopadzie  
seria 15-sekundowych spotów prezentujących prawdziwych bohaterów – członków  
rodziny – którzy zaprezentują, jak w prosty i nowoczesny sposób wykorzystać  
twaróg Łaciaty: od śniadań i fit posiłków, po rodzinne desery. Samo  hasło  
„Nowy w rodzinie" ma w tym kontekście podwójne znaczenie: odnosi się zarówno  
do nowości w portfolio – twarogu sernikowego,  jak i samej kategorii  
produktowej, która w nowoczesnej odsłonie „powraca” na polskie stoły.  
  
Zaplanowane działania zakładają kampanię display, aktywacje w mediach  
społecznościowych oraz współpracę z czołowymi influencerami kulinarnymi i  
lifestyle'owymi, w tym kontynuację współpracy z Martyną Chomacką, finalistką  
MasterChef Polska. W serwisie kulinarnym  [najlepszewkuchni.pl](http://najlepszewkuchni.pl/) powstała także specjalna zakładka, w której możnaznaleźć mnóstwo ciekawych przepisów na potrawy przygotowywane z użyciem twarogów.  
 *– Twarogi Łaciate powstają z najlepszego polskiego mleka, są pełne białka,  
mają prosty skład i smakują przepysznie – to zatem wpisująca się w kontekst  
rodzinności i domowych kulinarnych tradycji, a zarazem nowoczesna i  
podążająca za trendami propozycja* – mówi Dorota Grabowska, Dyrektor  
Marketingu SM Mlekpol i dodaje: – *Wzrost popularności tego produktu  
zawdzięczamy nie tylko silnej marce i zaufaniu konsumentów, ale także mediom  
społecznościowym i twórcom kulinarnym, którzy odkryli wszechstronność  
zastosowań twarogów, tworząc kreatywne przepisy na zdrowe, pełnowartościowe  
posiłki.*  
Obecnie twarogi Łaciate dostępne są w trzech wariantach dopasowanych do  
różnych potrzeb konsumentów: chudym – lekkim, z wysoką zawartością białka  
dla osób dbających o dietę, półtłustym – uniwersalnym wyborze rodzinnym na  
codzienne okazje oraz tłustym – kremowym i deserowym. Dodatkowo w ofercie  
pojawił się twaróg sernikowy 18% w wygodnym wiaderku.  
  
Kampania jest realizowana przez: agencję Los Mejores (strategia, kreacja i  
digital media), dom produkcyjny DoReMiFilm (produkcja spotów TV) oraz One  
House (planowanie i zakup mediów telewizyjnych). Po stronie SM Mlekpol nad  
jej przebiegiem czuwa Sylwia Sakowicz, manager marki Łaciate w kategorii  
twarogów.