

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.