# Saila, al via una promozione dedicata i Mondiali

compressa-menta1-b0c556ca

Saila e gli altri brand della multinazionale del confectionary Cloetta (Sperlari, Dietorelle e Galatine), Stampa partecipano al clima dei Mondiali di calcio 2014 con una promozione che, per l'intera durata del torneo in Brasile, accompagnerà piacevolmente i tifosi di tutte le età nei negozi al dettaglio, nei bar e tabaccherie, in 120 punti di vendita della Gdo e sulle pagine Facebook delle marche coinvolte.

Nel caso del dettaglio tradizionale, di bar e tabaccherie, l'acquisto di una confezione di chewing-gum Saila Long Fresh nei gusti Sweetmint o Eucamenthol permetterà al consumatore che si registrerà sul sito web - www.mondialicloetta.it -, inserendo il codice identificativo presente sullo scontrino, di partecipare all'estrazione finale di un iPhone 5S 16 GB. Inoltre, all'interno dei punti di vendita della Gdo, dove da metà maggio a fine giugno saranno allestite grandi isole espositive ad alta visibilità assistite dalla presenza di hostess dedicate, i consumatori che acquisteranno 3 buste miste tra i prodotti Saila e le altre marche Cloetta aderenti all'iniziativa riceveranno un coupon "Strappa e Vinci" che offrirà la possibilità di vincere un premio a consegna immediata consistente in un pallone o una maglietta Italia Mondiali 2014. Ogni Strappa e Vinci (e ogni scontrino d'acquisto) conterrà un codice identificativo che i partecipanti al concorso dovranno inserire nel sito web dedicato per concorrere anche all'estrazione del prestigioso super-premio finale: un Tv Samsung led 3D Full HD 55 pollici. La possibilità di vincere si estenderà anche all'applicazione disponibile sulle pagine Facebook di Saila e delle altre marche coinvolte, dal 9 giugno al 13 luglio 2014, con un concorso instant win che metterà in palio ogni giorno il pallone dei Mondiali 2014 e una scorta di caramelle.

**In arrivo anche un' edizione limitata**

Ma non è tutto. Cloetta e il marchio Saila saranno protagonisti di un'ulteriore, spettacolare iniziativa legata a Brasile 2014. Per tutta la durata dei Mondiali, infatti, le buste dei prodotti Saila sfoggeranno un packaging in edizione limitata con il tricolore in evidenza. Inoltre, nelle date in cui l'Italia scenderà in campo, Saila sarà presente con propri corner e la distribuzione di sample nelle piazze di Milano e Roma in cui le partite saranno proiettate da maxi schermi. Con questa iniziativa, il brand intende stare vicino ai propri consumatori, affiancandoli con i suoi prodotti nell'incitamento al tricolore che tutti

speriamo di vedere trionfare in Brasile.

Nato a Silvi Marina nel 1937 come produttore di liquirizia, Saila - acronimo di Società Anonima Italiana Liquerizia Abruzzo - è un brand innovativo, consolidato da una lunga storia di successi: specializzatasi nella produzione di "liquerizia", nel 1950 l'azienda lancia il primo prodotto a base di menta, antenato del famosissimo confetto che arriverà 14 anni più tardi, mentre nel 1978 introduce sul mercato il primo contenitore ad astuccio.